

قضايا بحثية 2
المهمة الثالثة
نورة مبارك البقمي
اشراف أ. د/ دعاء محمد



جامعة 8 ماي 1945

قالمة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم التسيير
تخصص: إدارة أعمال

تحت عنوان

أثر الذكاء التسويقي على إدارة العلاقة مع الزبائن دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر – قالمة –

إشراف الأستاذ:

قدوم لزهر

إعداد الطلبة:

روابحية سندس 

قبايلية آمنة 

رابط البحث

[https://dspace.univ-](https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/bitstream/123456789/15978/1/%D8%B1%D9%88%D8%A7%D8%A8%D8%AD%D9%8A%D8%A9%20%D8%B3%D9%86%D8%AF%D8%B3.pdf)

[guelma.dz/jspui/bitstream/123456789/15978/1/%D8%B1%D9%](https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/bitstream/123456789/15978/1/%D8%B1%D9%88%D8%A7%D8%A8%D8%AD%D9%8A%D8%A9%20%D8%B3%D9%86%D8%AF%D8%B3.pdf)

[88%D8%A7%D8%A8%D8%AD%D9%8A%D8%A9%20%D8%B3](https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/bitstream/123456789/15978/1/%D8%B1%D9%88%D8%A7%D8%A8%D8%AD%D9%8A%D8%A9%20%D8%B3%D9%86%D8%AF%D8%B3.pdf)

[%D9%86%D8%AF%D8%B3.pdf](https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/bitstream/123456789/15978/1/%D8%B1%D9%88%D8%A7%D8%A8%D8%AD%D9%8A%D8%A9%20%D8%B3%D9%86%D8%AF%D8%B3.pdf)

5-أهداف الدراسة:

- ✓ تقديم إطار نظري متكامل يقوم بوصف وتحليل متغيرات الدراسة.
- ✓ التأكد من وجود إطار تنظيم العلاقة بين أبعاد الذكاء التسويقي وأبعاد إدارة العلاقة مع الزبائن.
- ✓ التعرف بالدراسة والتحليل على مدى توفر المتطلبات البشرية والمادية والتنظيمية في واقع المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الخدمية لفهم ادارة الذكاء التسويقي وإدارة العلاقة مع الزبائن.
- ✓ الوقوف عند مستويات اهتمام مسؤولي المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بتطبيق مثل هذه المواضيع.
- ✓ تقديم نموذج يُوَظَر ويُفسر طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة حيث نستطيع من خلال هذا النموذج تقديم نتائج تساهم في رفع أو تحسين الأداء التسويقي للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية الخدمية.
- ✓ تقديم مجموعة من التوصيات انطلاقا من نتائج الدراسة.

ما هو أثر الذكاء التسويقي على إدارة العلاقة مع الزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر -قائمة-؟
وإنطلاقا من التساؤل الرئيسي تتبع الأسئلة الفرعية التالية:

1. هل تعمل المؤسسة محل الدراسة على تطبيق آليات الذكاء التسويقي؟
2. هل تعمل المؤسسة محل الدراسة على تطبيق استراتيجية إدارة العلاقة مع الزبائن؟
3. هل توجد فروقات في إجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه محاور الدراسة تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية؟

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لأبعاد الذكاء التسويقي على إدارة العلاقة مع الزبائن في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة معنوية أقل أو تساوي 0.05.

ومن هذه الفرضية الرئيسية تتبع الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: تعمل المؤسسة محل الدراسة على تطبيق آليات الذكاء التسويقي.

الفرضية الفرعية الثانية: تعمل المؤسسة محل الدراسة على تطبيق استراتيجية إدارة العلاقة مع الزبائن.

الفرضية الفرعية الثالثة: توجد فروقات ذو دلالة إحصائية اتجاه محاور الدراسة تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية عند مستوى دلالة معنوية أقل أو تساوي 0.05.

جاءت الأهداف غير متوافقة مع تساؤلات الدراسة ولا مع الفروض.

فقد جاءت الأهداف غير قابلة للقياس ، ولم تتفق مع باقي الإجراءات البحثية. ولم ترتبط بشكل مباشر بالمشكلة المطروحة.

حدث تداخل لدى الباحثة بين أهمية الدراسة وأهداف الدراسة.

بينما جاءت التساؤلات متفقة مع فرضيات الدراسة حيث عبرت الفرضية الرئيسية عن التساؤل الرئيسي.

وباقى التساؤلات تم صياغة فروض لها فرعية.



خداوند