

توصيف مقرر مشروع التخرج

كود المقرر: MKT500

وصف المقرر:

يُعد مقرر "مشروع التخرج" تطبيقًا عمليًا لما تعلمه الطلاب من أساسيات البحث العلمي في مجال الإعلام، ويهدف إلى قيام الطلاب بإجراء بحوث أكاديمية مرتبطة بمجال التسويق، وذلك من خلال التطبيق الفعلي لأهم خطوات وعناصر البحث العلمي بدايةً بصفحة الغلاف والمقدمة ومشكلة البحث، وانتهاءً باستخلاص النتائج، وكتابة التقرير النهائي للبحث.

يركز المقرر على التطبيق المُبسّط للخطوات البحثية في مجال التسويق الرقمي، مع توظيف التقنيات المعاصرة مثل الذكاء الاصطناعي كأدوات مساعدة في جمع وتحليل البيانات على النحو الذي يساهم في تعزيز العملية البحثية. كما يولي المقرر أهمية خاصة للجانب الأخلاقي في البحث العلمي، مع التركيز على التحديات التي يطرحها العصر الراهن، مثل حدود الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي في البحوث الإعلامية، مما يهدف في خاتمة المطاف إلى إعداد باحث قادر على توظيف الأدوات البحثية بوعي نقدي، مع الحفاظ على المعايير الأكاديمية والأخلاقية في ظل التحولات الكبرى التي يشهدها البحث العلمي.

مُخرجات التعلم:

بنهاية هذا المقرر، يُتوقع أن يكون الطالب قادرًا على:

- اختيار موضوع بحثي وصياغة مشكلة وفرضية بسيطة.
- استخدام أدوات جمع البيانات مثل الاستبيانات والمقابلات وتحليل المحتوى.
- جمع عينة بحثية ملائمة لموضوع البحث.
- إجراء تحليل بسيط للبيانات الكمية والنوعية.
- كتابة تقرير بحثي قصير وفق منهج علمي.
- استخدام بعض أدوات الذكاء الاصطناعي التي تساعد في مراحل البحث.

موضوعات المقرر:

يتم تنفيذ خطوات البحث على مدار عشرة أسابيع، يتناول كل أسبوع عنصرًا مختلفًا من العناصر البحثية، ويتم توزيع هذه العناصر على الأسابيع الدراسية على النحو التالي:

1. تحديد المشكلة البحثية وصياغتها.
2. جمع الدراسات السابقة ذات الصلة وتحليلها.
3. صياغة أهداف البحث وأهميته.
4. تحديد منهج البحث ومُتغيراته.
5. صياغة التساؤلات والفروض.
6. تصميم أداة جمع البيانات واختبارها.
7. جمع بيانات الدراسة.
8. تحليل بيانات الدراسة واستخلاص النتائج البحثية.
9. مناقشة نتائج الدراسة وتوثيق المراجع.
10. إضافة ملاحق الدراسة وإتمام المسودة النهائية للبحث.

المراجع المقترحة للمقرر:

(1) مراجع أجنبية:

1. Aydin, O., Karaarslan, E., Erenay, F. S., & Bacanin, N. (2025). *Generative AI in academic writing: A comparison of DeepSeek, Owen, ChatGPT, Gemini, Llama, Mistral, and Gemma*. [Preprint]. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2503.04765>
2. Barry, W. A., & Hafiz, A. M. D. (2024). Contemporary Quantitative and Qualitative Public Relations Research Methods in Arab Scholarly Studies: A Meta-Research. *SEARCH Journal of Media and Communication Research*, 16(1), 1–15.

3. Bhangu, S., Provost, F., & Caduff, C. (2023). Introduction To Qualitative Research Methods – Part I. Perspectives in Clinical Research, 14(1), 41–42.
4. Brunnerová, O., & Charvát, J. (2020). Online Political Communication Research Methods. *Politics in Central Europe*, 16(2). [DOI: 10.2478/pce-2020-0019].
5. Cui, J., Wang, Z., Ho, S.-B., & Cambria, E. (2023). Survey On Sentiment Analysis: Evolution of Research Methods and Topics. *Artificial Intelligence Review*, 56, 8469–8510. [DOI: 10.1007/s10462-022-10386-z].
6. Dehalwar, K., & Sharma, S. N. (2024). Exploring The Distinctions Between Quantitative and Qualitative Research Methods. *Think India Journal*, 27(1), 7-15. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10553000>
7. Faulkner, S., & Faulkner, C. (2018). *Research Methods for Social Workers: A Practice-Based Approach*. Oxford University Press.
8. Habib, M., Maryam, H., & Pathik, B. B. (2014). *Research Methodology-Contemporary Practices: Guidelines for Academic Researchers*. Cambridge Scholars Publishing.
9. Hendren, K., Newcomer, K., Pandey, S. K., Smith, M., & Sumner, N. (2023). How Qualitative Research Methods Can Be Leveraged to Strengthen Mixed Methods Research In Public Policy and Public Administration? *Public Administration Review*, 83(3), 468–485. [DOI: 10.1111/puar.13528].
10. SCALCĂU, A. (2021). Research Methods in Discourse Analysis: Quantitative, Qualitative and Mixed-Methods Approaches. *Professional Communication and Translation Studies*, 14.
11. Walliman, N. (2022). *Research Methods: The Basics*. Routledge.

(2) مراجع عربية:

1. المحمودي، م. س. ع. (2019). *مناهج البحث العلمي*. ط3. دار الكتب.
2. المشاقبة، ب. (2018). *مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب*. دار أسامة للنشر والتوزيع. الأردن.
3. المشهداني، س. (2017). *مناهج البحث الإعلامي*. ط 1. دار الكتاب الجامعي. الإمارات.
4. المشهداني، س. (2020). *مناهج البحث الإعلامي*. ط 2. دار الكتاب الجامعي. الإمارات.
5. الحاج، ك. (2020). *مناهج البحث الإعلامي*. الجامعة الافتراضية السورية.
6. بوحوش، ع.، عباش، ع.، & رائجة، ز. (إشراف وتحرير). (2019). *منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية*. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.
7. رفعت، م. (2018). *الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية*. العربي للنشر والتوزيع.
8. عبد الحميد، م. (2000). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. ط 1، عالم الكتب.
9. مصطفى طويل وآخرون. (2022). *واقع البحث العلمي بالعربية*. المجلس الأعلى للغة العربية. الجزائر.
10. ندا، أ. (2020). *الرأي العام وقياساته: رؤية نظرية وتطبيقات عملية*. ط 2، الدار المصرية اللبنانية.
11. العبد، ع. (2002). *تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام*. دار الفكر العربي. القاهرة.
12. الشربيني، ز.، صادق، ي.، هاشم، س.، النجار، ع. (2012). *مناهج البحث العلمي*. ط 1. دار الفكر العربي. القاهرة.
13. عبد العزيز، ب. (2011). *مناهج البحث الإعلامي*. ط 1. دار الكتاب الحديث. القاهرة.
14. عطية، م. (2010). *تحليل المضمون بين النظرية والتطبيق*. ط 1. مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع. القاهرة.
15. عبد الحميد، م. (2010). *تحليل المحتوى في بحوث الإعلام*. عالم الكتب. القاهرة.
16. الكامل، فرج. (2001). *بحوث الإعلام والرأي العام*. دار النشر للجامعات. ط 1. القاهرة.
17. زغيب، ش. (2009). *مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية*. ط 1. الدار المصرية اللبنانية. القاهرة.
18. عبد الحميد، م. (2004). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. ط 2. عالم الكتب. القاهرة.
19. نجم، ط. (2015). *مناهج البحث الإعلامي*. ط 1. دار كلمة للنشر والتوزيع.