

جامعة ميدأوشن



كلية الإدارة

قسم / تخصص. ماجستير إدارة المشاريع

عنوان البحث

أثر تطبيق إدارة المشاريع على فعالية الإنتاج الإعلامي السعودية

دراسة حالة في المؤسسات الاعلامية السعودية

إعداد الطالبة/سارة الشايش هليل الغنزي

إشراف/

د. الفيصل عبد الحميد

د.فايز جرا د

العام الدراسي:

2025

جدول المحتويات

1	الفصل الاول
5	ملخص الدراسة
6	مقدمة الدراسة
8	مشكلة الدراسة
9	اهداف الدراسة
11	تساؤلات الدراسة
15	فرضيات الدراسة
17	مصطلحات الدراسة
19	متغيرات الدراسة
20	الفصل الثاني
21	الدراسات السابقة
26	الإطار النظري

28	إدارة المشاريع: المفاهيم والأسس:
30	إدارة المشاريع في قطاع الإعلام:
33	فعالية الإنتاج الإعلامي:
36	منهجيات إدارة المشاريع الحديثة وتطبيقاتها في المؤسسات الإعلامية:
39	الكفاءات والمهارات اللازمة لإدارة المشاريع الإعلامية:
42	الأهداف الاستراتيجية وقياس الأداء في المشاريع الإعلامية:
43	التنسيق والتعاون في المشاريع الإعلامية:
45	إدارة المخاطر والتحديات في المشاريع الإعلامية:
47	الاستغلال الأمثل للموارد في المشاريع الإعلامية:
48	التطورات التقنية وتأثيرها على إدارة المشاريع الإعلامية:
50	الخاتمة
51	الفصل الثالث
52	منهجية الدراسة

53	مجتمع الدراسة
54	أدوات جمع البيانات
55	حدود الدراسة
55	الاستبيان
61	الفصل الرابع
62	التحليل الاحصائي
71	النتائج
75	التوصيات
78	المراجع
81	الملخص
82	الملاحق

ملخص الدراسة

أن هناك فرصًا كبيرة لتحسين إدارة المشاريع الإعلامية في المؤسسة. تشير النتائج إلى وجود تباين في تطبيق منهجيات إدارة المشاريع، وحاجة إلى تطوير الكفاءات الأساسية لدى فريق العمل، خاصة في مجالات التخطيط والتواصل وإدارة المخاطر.

كما تبرز الدراسة الحاجة إلى تعزيز التوافق بين أهداف المشاريع والأهداف الاستراتيجية للمؤسسة، ووضع آليات لقياس تحقيق هذه الأهداف. بالإضافة إلى ذلك، هناك مجال لتحسين التنسيق والتعاون بين الأقسام، وزيادة استخدام أدوات وبرامج التعاون الرقمي. وفيما يتعلق بإدارة المخاطر، تشير النتائج إلى ضرورة تحسين فعاليتها ووضع خطط طوارئ شاملة. كما يجب تحسين استغلال الموارد المتاحة، ومواكبة التطورات التقنية في مجال الإعلام من خلال توفير التدريب المستمر للعاملين.

أخيرًا، تظهر الدراسة أن هناك حاجة لتحسين جودة الإنتاج الإعلامي وقياسه بشكل دوري، ووضع معايير واضحة للجودة. بشكل عام، تقدم الدراسة رؤى قيمة حول نقاط القوة والضعف في إدارة المشاريع الإعلامية، وتوفر أساسًا لتطوير خطط تحسين الأداء في المؤسسة.

مقدمة الدراسة:

تشهد صناعة الإعلام في المملكة العربية السعودية تحولات جذرية في ظل رؤية 2030، حيث تتجه المؤسسات الإعلامية نحو تبني أحدث التقنيات والممارسات الإدارية لتعزيز قدرتها التنافسية وتحقيق أهدافها الاستراتيجية. ومن بين هذه الممارسات، تبرز إدارة المشاريع كأداة حيوية لتحسين فعالية الإنتاج الإعلامي، وضمان تحقيق الجودة والكفاءة في تنفيذ المشاريع الإعلامية المختلفة.

تعتبر إدارة المشاريع منهجية متكاملة تهدف إلى تخطيط وتنفيذ ومراقبة المشاريع بشكل فعال، وذلك من خلال تحديد الأهداف والمهام والموارد اللازمة، وتحديد الجداول الزمنية والميزانيات، وإدارة المخاطر والتحديات التي قد تواجه المشروع. وفي قطاع الإعلام، يمكن لتطبيق إدارة المشاريع أن يساهم في تحسين جودة المحتوى الإعلامي، وزيادة الإنتاجية، وتقليل التكاليف، وتحقيق رضا الجمهور والمستفيدين.

تهدف هذه الدراسة إلى استقصاء أثر تطبيق إدارة المشاريع على فعالية الإنتاج الإعلامي في المؤسسات الإعلامية السعودية، من خلال دراسة حالة تفصيلية لبعض المؤسسات الرائدة في هذا المجال. وتسعى الدراسة إلى تحديد العوامل التي تؤثر على نجاح تطبيق إدارة المشاريع، وتقييم مدى مساهمتها في تحقيق أهداف المؤسسات الإعلامية، وتقديم توصيات عملية لتحسين ممارسات إدارة المشاريع في هذا القطاع الحيوي.

تأتي أهمية هذه الدراسة من خلال تسليط الضوء على دور إدارة المشاريع في تطوير صناعة الإعلام السعودية، وتقديم رؤى قيمة للمؤسسات الإعلامية حول كيفية الاستفادة من هذه المنهجية لتحسين أدائها وتحقيق أهدافها الاستراتيجية. كما تساهم الدراسة في إثراء المعرفة العلمية حول إدارة المشاريع في قطاع الإعلام، وتقديم إطار مرجعي للباحثين والممارسين في هذا المجال.

مشكلة الدراسة:

المشكلة الرئيسية:

يواجه قطاع الإنتاج الإعلامي في المملكة العربية السعودية تحديات متزايدة في تحقيق فعالية الإنتاج الإعلامي، والتي تتجلى في تأخر تسليم المشاريع، وتجاوز الميزانيات المخصصة، وضعف جودة المحتوى الإعلامي، وعدم مواكبة التطورات التقنية المتسارعة.

المشاكل الفرعية المنبثقة:

ضعف تطبيق منهجيات إدارة المشاريع الحديثة في المؤسسات الإعلامية السعودية.
نقص الكوادر المؤهلة في مجال إدارة المشاريع الإعلامية.
عدم وضوح الأهداف الاستراتيجية للمشاريع الإعلامية، وعدم وجود آليات فعالة لقياس الأداء.

ضعف التنسيق والتعاون بين فرق العمل المختلفة في المشاريع الإعلامية.

صعوبة إدارة المخاطر والتحديات التي تواجه المشاريع الإعلامية.

عدم الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة في المشاريع الإعلامية.

عدم مواكبة التطورات التقنية في مجال الإنتاج الإعلامي.

الأهمية العلمية والعملية للدراسة:

الأهمية العلمية:

إثراء المعرفة العلمية: تساهم الدراسة في إثراء المعرفة العلمية حول إدارة المشاريع في

قطاع الإعلام، وتقديم إطار مرجعي للباحثين والممارسين في هذا المجال.

تحديد العوامل المؤثرة: تسعى الدراسة إلى تحديد العوامل التي تؤثر على نجاح تطبيق

إدارة المشاريع في المؤسسات الإعلامية السعودية، مما يساهم في فهم أفضل لهذه العوامل

وتطوير استراتيجيات فعالة للتعامل معها.

تقييم الأثر: تقوم الدراسة بتقييم مدى مساهمة إدارة المشاريع في تحقيق أهداف المؤسسات

الإعلامية، مما يوفر بيانات قيمة لتقييم فعالية هذه المنهجية في هذا القطاع.

تطوير النظريات: يمكن أن تساهم نتائج الدراسة في تطوير النظريات المتعلقة بإدارة

المشاريع في القطاعات الإبداعية، مثل قطاع الإعلام.

الأهمية العملية:

تحسين ممارسات إدارة المشاريع: تقدم الدراسة توصيات عملية للمؤسسات الإعلامية

السعودية حول كيفية تحسين ممارسات إدارة المشاريع، مما يساهم في زيادة فعالية الإنتاج

الإعلامي وتحقيق أهداف المؤسسات.

تطوير الكفاءات: تساهم الدراسة في تسليط الضوء على أهمية تطوير الكفاءات في مجال إدارة المشاريع الإعلامية، مما يشجع المؤسسات على الاستثمار في تدريب وتأهيل كوادرها.

تحقيق الأهداف الاستراتيجية: تساعد الدراسة المؤسسات الإعلامية على تحقيق أهدافها الاستراتيجية من خلال تطبيق إدارة المشاريع بشكل فعال، مما يساهم في تعزيز قدرتها التنافسية وتحقيق رؤية 2030.

تحسين جودة المحتوى الإعلامي: يمكن أن يساهم تطبيق إدارة المشاريع في تحسين جودة المحتوى الإعلامي، وزيادة الإنتاجية، وتقليل التكاليف، وتحقيق رضا الجمهور والمستفيدين.

مواكبة التطورات التقنية: تساعد الدراسة المؤسسات الإعلامية على مواكبة التطورات التقنية في مجال الإنتاج الإعلامي، من خلال تطبيق إدارة المشاريع بشكل يضمن الاستغلال الأمثل للتقنيات الحديثة.

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي:

تقييم أثر تطبيق إدارة المشاريع على فعالية الإنتاج الإعلامي في المؤسسات الإعلامية السعودية.

الأهداف الفرعية المنبثقة:

تحديد مدى تطبيق المؤسسات الإعلامية السعودية لمنهجيات إدارة المشاريع الحديثة.

تقييم مستوى الكفاءات والمهارات لدى الكوادر العاملة في مجال إدارة المشاريع الإعلامية في المؤسسات الإعلامية السعودية.

تحليل وضوح الأهداف الاستراتيجية للمشاريع الإعلامية وفعالية آليات قياس الأداء في المؤسسات الإعلامية السعودية.

تقييم فعالية التنسيق والتعاون بين فرق العمل المختلفة في المشاريع الإعلامية في المؤسسات الإعلامية السعودية.

تحديد مدى قدرة المؤسسات الإعلامية السعودية على إدارة المخاطر والتحديات التي تواجه المشاريع الإعلامية.

تحليل مدى الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة في المشاريع الإعلامية في المؤسسات الإعلامية السعودية.

تحديد مستوى مواكبة المؤسسات الإعلامية السعودية للتطورات التقنية في مجال الإنتاج الإعلامي.

تقديم توصيات عملية للمؤسسات الإعلامية السعودية لتحسين ممارسات إدارة المشاريع وزيادة فعالية الإنتاج الإعلامي.

تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيسي:

ما هو أثر تطبيق إدارة المشاريع على فعالية الإنتاج الإعلامي في المؤسسات الإعلامية السعودية؟

التساؤلات الفرعية المنبثقة:

ما مدى تطبيق المؤسسات الإعلامية السعودية لمنهجيات إدارة المشاريع الحديثة؟

ما هو مستوى الكفاءات والمهارات لدى الكوادر العاملة في مجال إدارة المشاريع الإعلامية في المؤسسات الإعلامية السعودية؟

ما مدى وضوح الأهداف الاستراتيجية للمشاريع الإعلامية وفعالية آليات قياس الأداء في المؤسسات الإعلامية السعودية؟

ما مدى فعالية التنسيق والتعاون بين فرق العمل المختلفة في المشاريع الإعلامية في المؤسسات الإعلامية السعودية؟

ما مدى قدرة المؤسسات الإعلامية السعودية على إدارة المخاطر والتحديات التي تواجه المشاريع الإعلامية؟

ما مدى الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة في المشاريع الإعلامية في المؤسسات الإعلامية السعودية؟

ما هو مستوى مواكبة المؤسسات الإعلامية السعودية للتطورات التقنية في مجال الإنتاج الإعلامي؟

ما هي التوصيات العملية التي يمكن تقديمها للمؤسسات الإعلامية السعودية لتحسين ممارسات إدارة المشاريع وزيادة فعالية الإنتاج الإعلامي؟

فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق إدارة المشاريع على فعالية الإنتاج الإعلامي في المؤسسات الإعلامية السعودية.

الفرضيات الفرعية المنبثقة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق منهجيات إدارة المشاريع الحديثة على فعالية الإنتاج الإعلامي في المؤسسات الإعلامية السعودية.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتوافر الكفاءات والمهارات لدى الكوادر العاملة في مجال إدارة المشاريع الإعلامية على فعالية الإنتاج الإعلامي في المؤسسات الإعلامية السعودية.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لوضوح الأهداف الاستراتيجية وفعالية آليات قياس الأداء على فعالية الإنتاج الإعلامي في المؤسسات الإعلامية السعودية.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لفعالية التنسيق والتعاون بين فرق العمل على فعالية الإنتاج الإعلامي في المؤسسات الإعلامية السعودية.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لقدرة المؤسسات الإعلامية على إدارة المخاطر والتحديات على فعالية الإنتاج الإعلامي في المؤسسات الإعلامية السعودية.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاستغلال الأمثل للموارد المتاحة على فعالية الإنتاج الإعلامي في المؤسسات الإعلامية السعودية.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمواكبة التطورات التقنية على فعالية الإنتاج الإعلامي في المؤسسات الإعلامية السعودية.

مصطلحات الدراسة:

إدارة المشاريع: هي تطبيق المعرفة والمهارات والأدوات والتقنيات لأنشطة المشروع لتلبية متطلبات المشروع.

فعالية الإنتاج الإعلامي: هي قدرة المؤسسات الإعلامية على تحقيق أهدافها في إنتاج محتوى إعلامي ذي جودة عالية وفي الوقت المحدد وبأقل التكاليف.

المؤسسات الإعلامية السعودية: هي المؤسسات التي تعمل في مجال الإنتاج الإعلامي في المملكة العربية السعودية، سواء كانت حكومية أو خاصة.

منهجيات إدارة المشاريع: هي مجموعة من الأساليب والأدوات التي تستخدم في إدارة المشاريع، مثل منهجية إدارة المشاريع التقليدية ومنهجية إدارة المشاريع الرشيقية.

الكفاءات والمهارات: هي القدرات والمهارات التي يمتلكها الكوادر العاملة في مجال إدارة المشاريع الإعلامية، مثل مهارات التخطيط والتنظيم والتواصل وحل المشكلات.

الأهداف الاستراتيجية: هي الأهداف التي تسعى المؤسسات الإعلامية إلى تحقيقها على المدى الطويل، مثل زيادة حصتها السوقية وتحسين صورتها العامة.

آليات قياس الأداء: هي الأدوات والتقنيات التي تستخدم لقياس مدى تحقيق المؤسسات الإعلامية لأهدافها، مثل مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs).

التنسيق والتعاون: هو التعاون بين فرق العمل المختلفة في المشاريع الإعلامية، مثل

فريق الإنتاج وفريق التسويق وفريق التحرير.

إدارة المخاطر والتحديات: هي عملية تحديد وتحليل وتقييم المخاطر والتحديات التي تواجه

المشاريع الإعلامية، ووضع خطط لمواجهتها.

الاستغلال الأمثل للموارد: هو استخدام الموارد المتاحة في المشاريع الإعلامية بكفاءة

وفعالية، مثل الموارد البشرية والمالية والتقنية.

التطورات التقنية: هي التطورات التي تحدث في مجال الإنتاج الإعلامي، مثل استخدام

الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي والواقع المعزز.

المشاريع الإعلامية: هي المشاريع التي تهدف إلى إنتاج محتوى إعلامي، مثل البرامج

التلفزيونية والأفلام الوثائقية والحملات الإعلامية.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: تطبيق إدارة المشاريع (ويشمل: منهجيات إدارة المشاريع، الكفاءات والمهارات، وضوح الأهداف، التنسيق والتعاون، إدارة المخاطر، الاستغلال الأمثل للموارد، مواكبة التطورات التقنية).

المتغير التابع: فعالية الإنتاج الإعلامي (ويشمل: جودة المحتوى، الالتزام بالوقت، الالتزام بالميزانية، رضا الجمهور).

الفصل الثاني

الدراسات السابقة تعتبر الدراسات السابقة بمثابة أساس لدراسة العلاقة بين إدارة المشاريع وفعالية الإنتاج الإعلامي. فيما يلي عرض مفصل للدراسات التي تم تناولها:

1. دراسة العلي (2021) - أهمية تطبيق مبادئ إدارة المشاريع في تحسين جودة

الإنتاج الإعلامي.

تطرق هذه الدراسة إلى أهمية تطبيق مبادئ إدارة المشاريع في تحسين جودة الإنتاج الإعلامي. استخدمت الدراسة منهجاً كمياً شمل استطلاعات رأي لعينة من العاملين في مؤسسات إعلامية مختلفة. **النتائج:** - توصلت الدراسة إلى أن المؤسسات التي تتبنى أساليب إدارة المشاريع بشكل فعال تحقق نتائج أفضل في تفاعلها مع الجمهور ، مما يعكس تأثير جودة المحتوى على رضا المستهلكين. - أظهرت النتائج أن وجود تخطيط جيد وموارد كافية يؤديان إلى تقليل الفجوات في الإنتاج وزيادة رضا الجمهور.

2. دراسة زيد (2019) - التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في إدارة

مشاريعها

استعرضت هذه الدراسة التحديات التي تواجهها المؤسسات الإعلامية في إدارة مشاريعها. اعتمدت على تحليل العوامل المؤسسية والتكنولوجية التي تؤثر على فعالية الإنتاج.

****النتائج:**** - وجدت الدراسة أن عدم وجود استراتيجيات واضحة يؤثر سلباً على نتائج

الإنتاج، حيث تعاني المؤسسات من تأخيرات في المشاريع وفشل في تلبية توقعات

الجمهور. - أكدت الدراسة أن المؤسسات التي تفتقر إلى هيكل إداري فعال تواجه

صعوبات في تحقيق الأهداف المرجوة، مما يزيد من مستوى الإحباط بين العاملين.

3. دراسة كاتب (2020) - تأثير التكنولوجيا على إدارة المشاريع في القطاع

الإعلامي

تناولت هذه الدراسة تأثير التكنولوجيا على إدارة المشاريع في القطاع الإعلامي.

استخدمت الدراسة منهجاً كميّاً من خلال مقابلات مع مديري المشاريع وخبراء الصناعة.

****النتائج:**** - أوضحت الدراسة كيف يمكن للأدوات الرقمية تعزيز كفاءة العمليات

الإنتاجية، حيث تسهم هذه الأدوات في تسريع عملية الإنتاج وتقليل الأخطاء. - أكدت

النتائج أن المؤسسات التي تعتمد على التكنولوجيا الحديثة في إدارة المشاريع تحقق أداءً

أفضل في جودة المحتوى وفعالية الإنتاج.

4. دراسة حسين (2022) - دور التكنولوجيا الحديثة في تسريع عمليات

الإنتاج الإعلامي

بحثت هذه الدراسة في دور التكنولوجيا الحديثة في تسريع عمليات الإنتاج الإعلامي. استخدمت الدراسة مزيجًا من الأساليب الكمية والنوعية لجمع البيانات. **النتائج: ** - وجدت الدراسة أن استخدام الأدوات التكنولوجية يزيد من جودة المحتوى ويقلل من الوقت المستغرق في الإنتاج، مما يعزز القدرة التنافسية للمؤسسات. - أكدت الدراسة على أهمية التدريب المستمر للعاملين على استخدام هذه الأدوات بشكل فعال لضمان تحقيق أقصى استفادة منها.

5. دراسة أبو العلا (2023) - إدارة المشاريع في عصر الإعلام الرقمي: التحديات

والفرص

ركزت هذه الدراسة على إدارة المشاريع في عصر الإعلام الرقمي. اعتمدت على تحليل البيانات من مجموعة من المؤسسات الإعلامية الكبرى. **النتائج: ** - أكدت الدراسة على أهمية تطوير استراتيجيات جديدة للتكيف مع متطلبات الجمهور المتغيرة، بما في ذلك تحسين استخدام البيانات وتحليلها لفهم سلوك الجمهور بشكل أفضل. - أوضحت أن المؤسسات التي تتبنى استراتيجيات مرنة في إدارة المشاريع تستطيع تحسين أدائها وزيادة تفاعل الجمهور.

6. دراسة سعيد (2022) - العلاقة بين إدارة المشاريع وفعالية إنتاج المحتوى

استكشفت هذه الدراسة العلاقة بين إدارة المشاريع وفعالية إنتاج المحتوى. استخدمت منهجاً تجريبياً لتقييم أداء عدد من المؤسسات الإعلامية. **النتائج:** - وجدت الدراسة أن المؤسسات التي تعتمد على أساليب إدارة المشاريع الحديثة تتمكن من تحقيق إنتاجية أعلى وابتكار محتوى جديد يلبي احتياجات الجمهور. - أكدت النتائج على أهمية التواصل الفعال بين الفرق المختلفة لتحقيق الأهداف المشتركة وزيادة فعالية الإنتاج.

خلاصة

تشير الدراسات السابقة إلى أهمية إدارة المشاريع في تحسين فعالية الإنتاج الإعلامي وتبرز النتائج الحاجة إلى التبنى الفعال للتكنولوجيا، وتطوير استراتيجيات مرنة، وتعزيز التواصل بين الفرق لتحقيق النجاح في هذا المجال الحيوي. هذه الرؤى تشكل أساساً قوياً للدراسة الحالية، مما يعزز من أهمية البحث المستمر في هذا السياق .

الإطار النظري للدراسة:

إدارة المشاريع: المفاهيم والأسس:

تعريف إدارة المشاريع وأهميتها.

مراحل إدارة المشاريع (التخطيط، التنفيذ، المراقبة، الإغلاق).

منهجيات إدارة المشاريع (التقليدية، الرشيقية، الهجينة).

إدارة المشاريع في قطاع الإعلام:

خصائص المشاريع الإعلامية وتحدياتها.

أهمية تطبيق إدارة المشاريع في المؤسسات الإعلامية.

دور إدارة المشاريع في تحسين جودة الإنتاج الإعلامي.

فعالية الإنتاج الإعلامي:

تعريف فعالية الإنتاج الإعلامي ومؤشراتها.

العوامل المؤثرة على فعالية الإنتاج الإعلامي.

قياس فعالية الإنتاج الإعلامي.

منهجيات إدارة المشاريع الحديثة وتطبيقاتها في المؤسسات الإعلامية:

شرح تفصيلي لأهم منهجيات إدارة المشاريع الحديثة (مثل: Agile، Scrum، Kanban).

كيفية تطبيق هذه المنهجيات في المشاريع الإعلامية.

فوائد وتحديات تطبيق المنهجيات الحديثة في قطاع الإعلام.

الكفاءات والمهارات اللازمة لإدارة المشاريع الإعلامية:

تحديد الكفاءات والمهارات الأساسية لمديري المشاريع الإعلامية (مهارات التواصل، القيادة، حل المشكلات، إدارة الوقت).

أهمية التدريب والتطوير في مجال إدارة المشاريع الإعلامية.

دور الكفاءات والمهارات في تحقيق فعالية الإنتاج الإعلامي.

الأهداف الاستراتيجية وقياس الأداء في المشاريع الإعلامية:

أهمية تحديد أهداف استراتيجية واضحة للمشاريع الإعلامية.

كيفية وضع مؤشرات أداء رئيسية (KPIs) لقياس نجاح المشاريع الإعلامية.

دور قياس الأداء في تحسين فعالية الإنتاج الإعلامي.

التنسيق والتعاون في المشاريع الإعلامية:

أهمية التنسيق والتعاون بين فرق العمل المختلفة في المشاريع الإعلامية.

كيفية تعزيز التنسيق والتعاون في المشاريع الإعلامية.

دور التنسيق والتعاون في تحقيق فعالية الإنتاج الإعلامي.

إدارة المخاطر والتحديات في المشاريع الإعلامية:

تحديد أنواع المخاطر والتحديات التي تواجه المشاريع الإعلامية.

كيفية إدارة المخاطر والتحديات في المشاريع الإعلامية.

دور إدارة المخاطر والتحديات في تحقيق فعالية الإنتاج الإعلامي.

الاستغلال الأمثل للموارد في المشاريع الإعلامية:

كيفية تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد البشرية والمالية والتقنية في المشاريع الإعلامية.

أهمية إدارة الموارد في تحقيق فعالية الإنتاج الإعلامي.

التطورات التقنية وتأثيرها على إدارة المشاريع الإعلامية:

استعراض أحدث التطورات التقنية في مجال الإنتاج الإعلامي (مثل: الذكاء الاصطناعي، الواقع الافتراضي، الواقع المعزز).

كيفية الاستفادة من التطورات التقنية في إدارة المشاريع الإعلامية.

دور التكنولوجيا في تحسين فعالية الإنتاج الإعلامي.

1. إدارة المشاريع: المفاهيم والأسس

تعريف إدارة المشاريع وأهميتها:

إدارة المشاريع هي تطبيق المعرفة والمهارات والأدوات والتقنيات لأنشطة المشروع لتلبية متطلبات المشروع.

تكمُن أهميتها في:

تحقيق أهداف المشروع بكفاءة وفعالية.

تحسين استخدام الموارد.

تقليل المخاطر.

زيادة القدرة على التنبؤ بنتائج المشروع.

تحسين جودة المخرجات.

مراحل إدارة المشاريع:

التخطيط: تحديد أهداف المشروع، وتحديد نطاقه، ووضع خطة العمل، وتخصيص الموارد.

التنفيذ: تنفيذ الأنشطة المخطط لها، وإدارة فريق العمل، والتواصل مع أصحاب المصلحة.

المراقبة والتحكم: تتبع تقدم المشروع، ومقارنة الأداء الفعلي بالأداء المخطط، واتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة.

الإغلاق: تسليم مخرجات المشروع، وتقييم الأداء، وتوثيق الدروس المستفادة.

منهجيات إدارة المشاريع:

التقليدية (Waterfall): تعتمد على تسلسل المراحل، حيث تبدأ مرحلة جديدة بعد انتهاء المرحلة السابقة.

الرشيقة (Agile): تعتمد على التكرار والتكيف، حيث يتم تقسيم المشروع إلى دورات قصيرة (Sprint) يتم خلالها تطوير جزء من المنتج.

الهجينة: تجمع بين عناصر المنهجيات التقليدية والرشيقة، وتستخدم حسب طبيعة المشروع.

توضيح إضافي:

في قطاع الإعلام، تعتبر إدارة المشاريع حيوية لضمان إنتاج محتوى عالي الجودة في الوقت المحدد وفي حدود الميزانية.

تساعد إدارة المشاريع المؤسسات الإعلامية على:

تنظيم عمليات الإنتاج.

تحسين التعاون بين فرق العمل.

إدارة المخاطر والتحديات.

مواكبة التطورات التقنية السريعة.

إن فهم هذه المفاهيم والأسس يساعد المؤسسات الإعلامية على تطبيق إدارة المشاريع بشكل فعال، مما يساهم في تحقيق أهدافها وتحسين أدائها.

2. إدارة المشاريع في قطاع الإعلام

خصائص المشاريع الإعلامية وتحدياتها:

تتميز المشاريع الإعلامية بطبيعتها الإبداعية والديناميكية، مما يجعلها مختلفة عن

المشاريع في القطاعات الأخرى.

من أبرز خصائصها:

الاعتماد على فرق عمل متعددة التخصصات.

الحاجة إلى الابتكار والإبداع.

التغيرات السريعة في متطلبات الجمهور والتقنيات.

الضغوط الزمنية والمواعيد النهائية الضيقة.

التحديات التي تواجه المشاريع الإعلامية تشمل:

إدارة الموارد الإبداعية.

التعامل مع التغيرات غير المتوقعة.

ضمان جودة المحتوى في ظل ضغوط الوقت.

مواكبة التطورات التكنولوجية السريعة.

أهمية تطبيق إدارة المشاريع في المؤسسات الإعلامية:

يساعد تطبيق إدارة المشاريع المؤسسات الإعلامية على:

تحسين التخطيط والتنظيم لعمليات الإنتاج.

زيادة الكفاءة والإنتاجية.

تقليل التكاليف والهدر.

تحسين جودة المحتوى الإعلامي.

الوفاء بالمواعيد النهائية.

تحسين التعاون والتواصل بين فرق العمل.

إدارة المخاطر والتحديات بفعالية.

مواكبة كل ما هو جديد في سوق العمل.

دور إدارة المشاريع في تحسين جودة الإنتاج الإعلامي:

تساهم إدارة المشاريع في تحسين جودة الإنتاج الإعلامي من خلال:

وضع معايير واضحة للجودة.

مراقبة الجودة في جميع مراحل الإنتاج.

تحديد وتصحيح الأخطاء والمشاكل.

تحسين عملية التواصل بين افراد فريق العمل الواحد.

تطبيق منهجيات عمل واضحة للجميع.

3. فعالية الإنتاج الإعلامي

تعريف فعالية الإنتاج الإعلامي ومؤشراتها:

فعالية الإنتاج الإعلامي تعني قدرة المؤسسة الإعلامية على تحقيق أهدافها في إنتاج محتوى إعلامي عالي الجودة، يلبي احتياجات الجمهور، وفي الوقت المحدد، وبأقل التكاليف.

مؤشرات فعالية الإنتاج الإعلامي تشمل:

جودة المحتوى: مدى دقة وموضوعية وشمولية وتأثير المحتوى.

الالتزام بالوقت: مدى الالتزام بالمواعيد النهائية لتسليم المشاريع الإعلامية.

الالتزام بالميزانية: مدى الالتزام بالميزانية المخصصة للمشاريع الإعلامية.

رضا الجمهور: مدى رضا الجمهور عن المحتوى الإعلامي المقدم.

مدى تأثير المحتوى الإعلامي على الجمهور المستهدف.

مدى الانتشار والتفاعل مع المحتوى الإعلامي.

العوامل المؤثرة على فعالية الإنتاج الإعلامي:

تتأثر فعالية الإنتاج الإعلامي بعدة عوامل، منها:

جودة التخطيط والتنظيم للمشاريع الإعلامية.

كفاءة ومهارات الكوادر العاملة في مجال الإنتاج الإعلامي.

مدى توفر الموارد المالية والتقنية اللازمة.

مدى فعالية التنسيق والتعاون بين فرق العمل المختلفة.

مدى القدرة على إدارة المخاطر والتحديات.

مدى مواكبة المؤسسة الإعلامية للتطورات التقنية.

مدى فهم المؤسسة الإعلامية لاحتياجات الجمهور المستهدف.

قياس فعالية الإنتاج الإعلامي:

يمكن قياس فعالية الإنتاج الإعلامي من خلال:

استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs): مثل عدد المشاهدات، وعدد

المشاركات، وعدد التعليقات، ومعدل الاحتفاظ بالجمهور.

إجراء استطلاعات الرأي: لجمع آراء الجمهور حول المحتوى الإعلامي
المقدم.

تحليل البيانات: لتقييم أداء المشاريع الإعلامية وتحديد نقاط القوة والضعف.

تحليل الميزانيات والتكاليف: لتقييم مدى الالتزام بالميزانية المخصصة
للمشاريع الإعلامية.

تقييم جودة المحتوى: من خلال مراجعة المحتوى من قبل خبراء مختصين.

4. منهجيات إدارة المشاريع الحديثة وتطبيقاتها في المؤسسات الإعلامية

شرح تفصيلي لأهم منهجيات إدارة المشاريع الحديثة:

Agile (الرشيق):

هي منهجية تركز على المرونة والتكيف مع التغييرات، وتعتمد على التكرار
والتطوير التدريجي للمنتج.

تقسم المشاريع إلى دورات قصيرة تسمى "سباقات" (Sprints)، يتم خلالها
تطوير جزء من المنتج وتسليمه.

تشجع على التعاون المستمر والتواصل الفعال بين أعضاء الفريق والعملاء.

Scrum (سكروم):

هي إطار عمل ضمن منهجية Agile، وتحدد أدوارًا ومسؤوليات محددة لأعضاء الفريق، مثل مالك المنتج (Product Owner)، وفريق التطوير (Development Team)، ومدير سكروم (Scrum Master).
تعتمد على اجتماعات يومية قصيرة لمتابعة التقدم وحل المشكلات.

تستخدم لوحة سكروم (Scrum Board) لمتابعة مهام المشروع.

Kanban (كانبان):

هي منهجية تركز على إدارة سير العمل وتحسينه، وتعتمد على تصور المهام على لوحة كانبان.
تسمح بتحديد المهام التي يتم العمل عليها حاليًا، والمهام التي تم إنجازها، والمهام التي تنتظر التنفيذ.
تساعد على تحديد الاختناقات في سير العمل وتحسينه.

كيفية تطبيق هذه المنهجيات في المشاريع الإعلامية:

يمكن تطبيق منهجيات Agile و Scrum و Kanban في مختلف أنواع المشاريع الإعلامية، مثل إنتاج البرامج التلفزيونية، والأفلام الوثائقية، والحملات الإعلامية، والمحتوى الرقمي.

على سبيل المثال، يمكن استخدام Scrum لإنتاج برنامج تلفزيوني، حيث يتم تقسيم الإنتاج إلى سباقات قصيرة يتم خلالها تصوير وتجميع حلقات البرنامج. يمكن استخدام Kanban لإدارة سير العمل في وكالة إعلانية، حيث يتم تصور مهام تصميم الإعلانات وتنفيذها على لوحة كانبان.

فوائد وتحديات تطبيق المنهجيات الحديثة في قطاع الإعلام:

الفوائد:

زيادة المرونة والقدرة على التكيف مع التغييرات.

تحسين جودة المحتوى الإعلامي.

زيادة الكفاءة والإنتاجية.

تحسين التعاون والتواصل بين فرق العمل.

زيادة رضا العملاء.

التحديات:

الحاجة إلى تغيير ثقافة العمل التقليدية.

الحاجة إلى تدريب وتأهيل الكوادر العاملة.

صعوبة تطبيق بعض المنهجيات في المشاريع الإعلامية ذات الطبيعة الإبداعية.

مقاومة التغير من بعض الموظفين.

5. الكفاءات والمهارات اللازمة لإدارة المشاريع الإعلامية

تحديد الكفاءات والمهارات الأساسية لمديري المشاريع الإعلامية:

مهارات التواصل: القدرة على التواصل الفعال مع جميع أصحاب المصلحة، بما في ذلك فريق العمل، والعملاء، والجمهور.

مهارات القيادة: القدرة على قيادة وتوجيه فريق العمل، وتحفيزهم لتحقيق أهداف المشروع.

مهارات حل المشكلات: القدرة على تحديد المشكلات التي تواجه المشروع وحلها بشكل فعال.

مهارات إدارة الوقت: القدرة على إدارة الوقت بشكل فعال، وتحديد الأولويات، والوفاء بالمواعيد النهائية.

مهارات إدارة الموارد: القدرة على إدارة الموارد المتاحة بشكل فعال، بما في ذلك الموارد البشرية والمالية والتقنية.

مهارات التخطيط والتنظيم: القدرة على وضع خطط عمل واضحة وتنظيم المهام بشكل فعال.

مهارات التفاوض: القدرة على التفاوض مع أصحاب المصلحة للوصول إلى اتفاقات مرضية.

مهارات الإبداع والابتكار: القدرة على التفكير الإبداعي وتقديم حلول مبتكرة للمشاكل التي تواجه المشروع.

مهارات التفكير النقدي: القدرة على تحليل المعلومات وتقييمها بشكل نقدي لاتخاذ قرارات سليمة.

مهارات إدارة المخاطر: القدرة على تحديد المخاطر المحتملة التي تواجه المشروع ووضع خطط لمواجهتها.

أهمية التدريب والتطوير في مجال إدارة المشاريع الإعلامية:

يساعد التدريب والتطوير على اكتساب الكفاءات والمهارات اللازمة لإدارة المشاريع الإعلامية بشكل فعال.

يساعد على مواكبة التطورات التقنية والتغيرات في مجال الإنتاج الإعلامي.

يساعد على تحسين أداء الكوادر العاملة وزيادة إنتاجيتها.

يساعد على تعزيز ثقافة التعلم المستمر في المؤسسات الإعلامية.

دور الكفاءات والمهارات في تحقيق فعالية الإنتاج الإعلامي:

تساهم الكفاءات والمهارات في تحسين جودة المحتوى الإعلامي.

تساهم في الالتزام بالمواعيد النهائية والميزانيات المحددة.

تساهم في زيادة رضا الجمهور والمستفيدين.

تساهم في تحقيق أهداف المؤسسات الإعلامية بكفاءة وفعالية.

باختصار، الكفاءات والمهارات اللازمة لإدارة المشاريع الإعلامية هي أساس تحقيق

النجاح في هذا المجال، والتدريب والتطوير المستمر هما السبيل لاكتساب هذه الكفاءات

والمهارات وتطويرها.

6. الأهداف الاستراتيجية وقياس الأداء في المشاريع الإعلامية

أهمية تحديد أهداف استراتيجية واضحة للمشاريع الإعلامية:

تساعد الأهداف الاستراتيجية الواضحة على توجيه جهود فريق العمل نحو تحقيق

رؤية المؤسسة الإعلامية.

تساعد على تحديد الأولويات وتخصيص الموارد بشكل فعال.

تساعد على قياس مدى نجاح المشاريع الإعلامية وتقييم أدائها.

تساعد على تحسين عملية اتخاذ القرارات وتحديد الاتجاهات المستقبلية.

تساعد على ضمان توافق المشاريع الإعلامية مع الأهداف العامة للمؤسسة.

كيفية وضع مؤشرات أداء رئيسية (KPIs) لقياس نجاح المشاريع الإعلامية:

يجب أن تكون مؤشرات الأداء الرئيسية محددة وقابلة للقياس وقابلة للتحقيق وذات

صلة ومحددة زمنيًا (SMART).

يجب أن ترتبط مؤشرات الأداء الرئيسية بالأهداف الاستراتيجية للمشاريع

الإعلامية.

يمكن استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية لقياس مختلف جوانب المشاريع الإعلامية،

مثل:

جودة المحتوى: مثل عدد المشاهدات، وعدد المشاركات، وعدد التعليقات،

ومعدل الاحتفاظ بالجمهور.

الالتزام بالوقت: مثل مدى الالتزام بالمواعيد النهائية لتسليم المشاريع

الإعلامية.

الالتزام بالميزانية: مثل مدى الالتزام بالميزانية المخصصة للمشاريع الإعلامية.

رضا الجمهور: مثل نتائج استطلاعات الرأي وتقييمات الجمهور.

مدى تأثير المحتوى الإعلامي: مثل قياس مدى تغير آراء الجمهور بعد مشاهدة المحتوى.

يجب مراجعة مؤشرات الأداء الرئيسية بانتظام وتحديثها حسب الحاجة.

دور قياس الأداء في تحسين فعالية الإنتاج الإعلامي:

يساعد قياس الأداء على تحديد نقاط القوة والضعف في المشاريع الإعلامية.

يساعد على اتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة لتحسين الأداء.

يساعد على تحسين عملية اتخاذ القرارات وتخصيص الموارد.

يساعد على تعزيز ثقافة التحسين المستمر في المؤسسات الإعلامية.

يساعد على ضمان تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.

باختصار، الأهداف الاستراتيجية وقياس الأداء هما أدوات أساسية لتحقيق النجاح في المشاريع الإعلامية، ويجب على المؤسسات الإعلامية الاهتمام بهما وتطبيقهما بشكل فعال.

7. التنسيق والتعاون في المشاريع الإعلامية

أهمية التنسيق والتعاون بين فرق العمل المختلفة في المشاريع الإعلامية:

تعتمد المشاريع الإعلامية غالبًا على فرق عمل متعددة التخصصات، مثل فريق

الإنتاج، وفريق التحرير، وفريق التسويق، وفريق التقنية.

يساعد التنسيق والتعاون الفعال بين هذه الفرق على:

تحقيق التكامل بين مختلف جوانب المشروع.

تجنب الازدواجية والتضارب في الجهود.

تبادل المعلومات والخبرات بشكل فعال.

حل المشكلات والتحديات بشكل جماعي.

تحقيق الأهداف المشتركة للمشروع.

كيفية تعزيز التنسيق والتعاون في المشاريع الإعلامية:

وضع خطة اتصال واضحة تحدد قنوات الاتصال والمسؤوليات.

عقد اجتماعات دورية لمتابعة التقدم وتبادل المعلومات.

استخدام أدوات التعاون الرقمي لتسهيل التواصل ومشاركة الملفات.

تشجيع ثقافة العمل الجماعي وتقدير جهود الفريق.

تحديد الأدوار والمسؤوليات بوضوح.

توفير بيئة عمل داعمة ومشجعة على التعاون.

تعزيز التواصل المفتوح والشفاف بين أعضاء الفريق.

دور التنسيق والتعاون في تحقيق فعالية الإنتاج الإعلامي:

يساعد التنسيق والتعاون الفعال على:

تحسين جودة المحتوى الإعلامي.

الالتزام بالمواعيد النهائية والميزانيات المحددة.

زيادة رضا الجمهور والمستفيدين.

تقليل الأخطاء وإعادة العمل.

زيادة الكفاءة والإنتاجية.

تحقيق أهداف المؤسسات الإعلامية بكفاءة وفعالية.

، التنسيق والتعاون هما عنصران أساسيان لنجاح المشاريع الإعلامية، ويجب على

المؤسسات الإعلامية الاستثمار في تعزيزهما لضمان تحقيق أهدافها.

8. إدارة المخاطر والتحديات في المشاريع الإعلامية

تحديد أنواع المخاطر والتحديات التي تواجه المشاريع الإعلامية:

تشمل المخاطر والتحديات في المشاريع الإعلامية مجموعة متنوعة من العوامل

التي يمكن أن تؤثر على نجاح المشروع، ومنها:

المخاطر التقنية: مثل أعطال الأجهزة، ومشاكل البرمجيات، وتغيرات

التكنولوجيا.

المخاطر المالية: مثل تجاوز الميزانية، ونقص التمويل، وتقلبات السوق.

المخاطر الزمنية: مثل التأخير في التسليم، وتغير المواعيد النهائية، وضغط

الوقت.

المخاطر البشرية: مثل نقص الكفاءات، وصراعات الفريق، وتغيرات

القيادة.

المخاطر الإبداعية: مثل عدم رضا الجمهور عن المحتوى، وتغير الأذواق،

ونقص الأفكار الجديدة.

المخاطر القانونية: مثل انتهاكات حقوق الملكية الفكرية، وقضايا

الخصوصية، والتغيرات في التشريعات.

المخاطر التسويقية: مثل ضعف الترويج، وتغير اتجاهات السوق، وعدم الوصول للجمهور المستهدف.

كيفية إدارة المخاطر والتحديات في المشاريع الإعلامية:

تتضمن إدارة المخاطر والتحديات في المشاريع الإعلامية عدة خطوات، منها:

تحديد المخاطر: تحديد جميع المخاطر والتحديات المحتملة التي يمكن أن تواجه المشروع.

تقييم المخاطر: تقييم احتمالية حدوث كل خطر وتأثيره على المشروع.

وضع خطط الاستجابة: وضع خطط تفصيلية للتعامل مع كل خطر، بما في ذلك استراتيجيات التجنب، والتخفيف، والتحويل، والقبول.

مراقبة المخاطر: مراقبة المخاطر بشكل مستمر وتحديث خطط الاستجابة حسب الحاجة.

التواصل الفعال: التواصل مع جميع أصحاب المصلحة بشأن المخاطر والتحديات وكيفية التعامل معها.

دور إدارة المخاطر والتحديات في تحقيق فعالية الإنتاج الإعلامي:

تساهم إدارة المخاطر والتحديات في تحقيق فعالية الإنتاج الإعلامي من خلال:

تقليل التأثيرات السلبية: تقليل التأثيرات السلبية للمخاطر والتحديات على

جودة المحتوى، والالتزام بالوقت، والالتزام بالميزانية.

تحسين عملية اتخاذ القرارات: تحسين عملية اتخاذ القرارات من خلال

توفير معلومات دقيقة وموثوقة حول المخاطر والتحديات.

زيادة القدرة على التكيف: زيادة القدرة على التكيف مع التغيرات غير

المتوقعة والتحديات الطارئة.

تحقيق الأهداف: تحقيق أهداف المشروع بكفاءة وفعالية من خلال تقليل

المخاطر والتحديات.

9. الاستغلال الأمثل للموارد في المشاريع الإعلامية

كيفية تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد البشرية والمالية والتقنية في المشاريع الإعلامية:

الموارد البشرية:

تحديد الاحتياجات التدريبية وتوفير التدريب اللازم لتطوير مهارات العاملين.

توزيع المهام بشكل مناسب بناءً على خبرات ومهارات العاملين.

تحفيز العاملين وتقدير جهودهم لزيادة الإنتاجية.

بناء فرق عمل متكاملة ومتعاونة.

توفير بيئة عمل محفزة.

الموارد المالية:

وضع ميزانية واقعية للمشروع وتحديد أولويات الإنفاق.

مراقبة الإنفاق بشكل دوري وتجنب الهدر.

البحث عن مصادر تمويل إضافية إذا لزم الأمر.

استخدام الأدوات المالية المناسبة لإدارة التكاليف.

التخطيط المالي السليم.

الموارد التقنية:

اختيار التقنيات المناسبة لاحتياجات المشروع.

توفير التدريب اللازم للعاملين على استخدام التقنيات الحديثة.

صيانة الأجهزة والمعدات بشكل دوري.

الاستفادة من الحلول السحابية والتطبيقات الرقمية لزيادة الكفاءة.

مواكبة التطور التقني.

أهمية إدارة الموارد في تحقيق فعالية الإنتاج الإعلامي:

تساهم إدارة الموارد الفعالة في تحقيق الأهداف المرجوة من المشاريع الإعلامية.

تساعد على تقليل التكاليف وزيادة الأرباح.

تساهم في تحسين جودة المحتوى الإعلامي.

تساعد على الالتزام بالمواعيد النهائية.

تساهم في زيادة رضا الجمهور والمستفيدين.

تساهم في تحقيق الاستدامة للمؤسسات الإعلامية.

في الختام، يتبين أن تطبيق إدارة المشاريع في المؤسسات الإعلامية السعودية يمثل ضرورة حتمية لمواكبة التطورات المتسارعة في هذا القطاع الحيوي. وقد استعرضت هذه الدراسة المفاهيم والأسس المتعلقة بإدارة المشاريع، وأهميتها في قطاع الإعلام، بالإضافة إلى استعراض منهجيات إدارة المشاريع الحديثة وكيفية تطبيقها في المؤسسات الإعلامية.

10. التطورات التقنية وتأثيرها على إدارة المشاريع الإعلامية

استعراض أحدث التطورات التقنية في مجال الإنتاج الإعلامي:

الذكاء الاصطناعي (AI):

يستخدم في تحليل البيانات، وتوليد المحتوى، وتحرير الفيديو، وترجمة النصوص، وتخصيص تجربة المستخدم.

يساعد في أتمتة المهام الروتينية وتحسين الكفاءة.

الواقع الافتراضي (VR):

يستخدم في إنشاء تجارب تفاعلية وغامرة للمستخدمين.

يستخدم في إنتاج الأفلام الوثائقية التفاعلية والألعاب الإعلامية.

الواقع المعزز (AR):

يستخدم في دمج العناصر الرقمية مع العالم الحقيقي.

يستخدم في إنتاج تطبيقات تفاعلية وإعلانات مبتكرة.

تقنية البلوك تشين:

تستخدم في حماية حقوق الملكية الفكرية وتوزيع المحتوى بشكل آمن.

تستخدم في إنشاء منصات إعلامية لامركزية.

الحوسبة السحابية:

تستخدم في تخزين ومشاركة المحتوى الإعلامي بشكل فعال.

تستخدم في التعاون عن بعد وتحرير المحتوى بشكل مشترك.

إنترنت الأشياء (IoT):

يستخدم في جمع البيانات من مصادر مختلفة وتحليلها.

يستخدم في إنتاج محتوى إعلامي مخصص للجمهور.

كيفية الاستفادة من التطورات التقنية في إدارة المشاريع الإعلامية:

استخدام أدوات إدارة المشاريع الرقمية لتخطيط وتنفيذ ومراقبة المشاريع.

استخدام أدوات التعاون الرقمي للتواصل ومشاركة الملفات بين أعضاء الفريق.

استخدام أدوات تحليل البيانات لتقييم أداء المشاريع الإعلامية.

استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لأتمتة المهام الروتينية وتحسين الكفاءة.

تدريب الكوادر العاملة على استخدام التقنيات الحديثة.

دور التكنولوجيا في تحسين فعالية الإنتاج الإعلامي:

زيادة الكفاءة والإنتاجية من خلال أتمتة المهام الروتينية.

تحسين جودة المحتوى الإعلامي من خلال استخدام أدوات متقدمة.

توسيع نطاق الوصول إلى الجمهور من خلال استخدام المنصات الرقمية.

تخصيص تجربة المستخدم من خلال تحليل البيانات.

تسهيل عملية التعاون بين فرق العمل.

الفصل الثالث

منهجية وطرق بحث الدراسة:

المنهجية:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يتم جمع البيانات وتحليلها لوصف وتقييم أثر تطبيق إدارة المشاريع على فعالية الإنتاج الإعلامي في المؤسسات الإعلامية السعودية.

تستخدم الدراسة منهج دراسة الحالة، حيث يتم اختيار عدد من المؤسسات الإعلامية السعودية لدراسة تطبيق إدارة المشاريع فيها بشكل تفصيلي.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في المؤسسات الإعلامية السعودية الذين لهم علاقة بإدارة المشاريع الإعلامية، مثل مديري المشاريع، ورؤساء الأقسام، والمنتجين، والمحررين، والفنيين.

سيتم تحديد عينة الدراسة بناءً على حجم مجتمع الدراسة، وسيتم اختيار العينة بطريقة عشوائية طبقية لضمان تمثيل جميع فئات مجتمع الدراسة. حجم العينة

100 مفردة

أداة الدراسة:

تعتمد الدراسة على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات.

سيتم تصميم الاستبيان بناءً على أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وسيحتوي على أسئلة مغلقة ومفتوحة لجمع بيانات كمية وكيفية.

سيتم تقسيم الاستبيان إلى عدة محاور رئيسية، مثل تطبيق منهجيات إدارة المشاريع، والكفاءات والمهارات، والأهداف الاستراتيجية، والتنسيق والتعاون، وإدارة المخاطر، والاستغلال الأمثل للموارد، ومواكبة التطورات التقنية، وفعالية الإنتاج الإعلامي.

طرق جمع البيانات:

سيتم توزيع الاستبيان على عينة الدراسة من خلال الوسائل الإلكترونية أو الورقية. سيتم جمع البيانات وتحليلها باستخدام البرامج الإحصائية المناسبة.

طرق تحليل البيانات:

سيتم استخدام الإحصاء الوصفي لتحليل البيانات الكمية، مثل حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية والتكرارات والنسب المئوية.

سيتم استخدام الإحصاء الاستدلالي لتحليل العلاقات بين المتغيرات، مثل اختبارات (ت) وتحليل التباين ومعاملات الارتباط.

سيتم تحليل البيانات الكيفية من خلال تجميع الإجابات المتشابهة وتصنيفها وتحليلها بشكل موضوعي.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: تقتصر الدراسة على المؤسسات الإعلامية في المملكة العربية السعودية.

الحدود الزمانية: سيتم جمع البيانات وتحليلها خلال فترة زمنية محددة.

الحدود الموضوعية: تركز الدراسة على أثر تطبيق إدارة المشاريع على فعالية الإنتاج

الإعلامي، وتشمل المتغيرات المستقلة (منهجيات إدارة المشاريع، الكفاءات والمهارات،

الأهداف الاستراتيجية، التنسيق والتعاون، إدارة المخاطر، الاستغلال الأمثل للموارد،

مواكبة التطورات التقنية) والمتغير التابع (فعالية الإنتاج الإعلامي).

الحدود البشرية: تقتصر الدراسة على العاملين في المؤسسات الإعلامية السعودية الذين

لهم علاقة بإدارة المشاريع الإعلامية.

حدود الأداة: تعتمد الدراسة على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات.

الاستبيان

الهدف العام للاستبيان:

1. يهدف هذا الاستبيان إلى تقييم واقع إدارة المشاريع الإعلامية في المؤسسات الإعلامية السعودية، وتحديد التحديات والفرص لتحسين أدائها وفعاليتها.

محاور الاستبيان:

1. تطبيق منهجيات إدارة المشاريع:

1. هل تستخدم مؤسستكم منهجيات إدارة مشاريع محددة؟

1. نعم

2. لا

3. أحيانًا

2. ما مدى فعالية تطبيق هذه المنهجيات في تحقيق أهداف المشاريع؟

1. فعالة جدًا

2. فعالة

3. محدودة الفعالية

4. غير فعالة

2. الكفاءات والمهارات:

1. هل يتمتع فريق إدارة المشاريع بالكفاءات والمهارات اللازمة لإدارة المشاريع

الإعلامية؟

1. نعم

2. لا

3. إلى حد ما

2. ما هي أبرز الكفاءات التي تحتاجون إلى تطويرها في فريق إدارة المشاريع؟

1. التخطيط

2. التواصل

3. إدارة المخاطر

4. إدارة الوقت

3. الأهداف الاستراتيجية:

1. هل تتوافق أهداف المشاريع الإعلامية مع الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة؟

1. نعم

2. لا

3. إلى حد ما

2. هل يتم قياس مدى تحقيق المشاريع للأهداف الاستراتيجية للمؤسسة؟

1. نعم

2. لا

3. أحياناً

4. التنسيق والتعاون:

1. ما مدى فعالية التنسيق والتعاون بين مختلف الأقسام في إدارة المشاريع

الإعلامية؟

1. فعال جداً

2. فعال

3. محدود الفعالية

4. غير فعال

2. هل يتم استخدام أدوات أو برامج لتعزيز التعاون والتنسيق بين فرق العمل؟

1. نعم

2. لا

3. بعض الأحيان

5. إدارة المخاطر:

1. هل يتم تطبيق عمليات إدارة المخاطر بشكل فعال في المشاريع الإعلامية؟

1. نعم

2. لا

3. إلى حد ما

2. هل يتم عمل خطط طوارئ للتعامل مع المخاطر المحتملة؟

1. نعم

2. لا

3. أحياناً

6. الاستغلال الأمثل للموارد:

1. هل يتم استغلال الموارد المتاحة بشكل أمثل في المشاريع الإعلامية؟

1. نعم

2. لا

3. إلى حد ما

2. هل توجد معوقات تواجهكم في الاستغلال الأمثل للموارد؟

1. نعم

2. لا

3. أحياناً

7. مواكبة التطورات التقنية:

1. ما مدى قدرة المؤسسة على مواكبة التطورات التقنية في مجال الإعلام؟

1. عالية جداً

2. عالية

3. محدودة

4. ضعيفة

2. هل يتم توفير التدريب المستمر للعاملين على استخدام التقنيات الحديثة؟

1. نعم

2. لا

3. أحياناً

8. فعالية الإنتاج الإعلامي:

1. ما مدى رضاكم عن فعالية الإنتاج الإعلامي للمؤسسة؟

1. راضٍ جداً

2. راضٍ

3. غير راضٍ

4. غير راضٍ تماماً

2. هل يتم قياس جودة الإنتاج الإعلامي بشكل دوري؟

1. نعم

2. لا

3. أحياناً

الفصل الرابع

التحليل الاحصائي

1. تطبيق منهجيات إدارة المشاريع

1.1 هل تستخدم مؤسستكم منهجيات إدارة مشاريع محددة؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
نعم	50	50%
لا	20	20%
أحيانًا	30	30%

1.2 ما مدى فعالية تطبيق هذه المنهجيات في تحقيق أهداف المشاريع؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
فعالة جدًا	25	25%
فعالة	40	40%

محدودة الفعالية	25	%25
غير فعالة	10	%10

2. الكفاءات والمهارات

2.1 هل يتمتع فريق إدارة المشاريع بالكفاءات والمهارات اللازمة لإدارة المشاريع

الإعلامية؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
نعم	35	%35
لا	25	%25
إلى حد ما	40	%40

2.2 ما هي أبرز الكفاءات التي يحتاجون إلى تطويرها في فريق إدارة المشاريع؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
--------	------------	----------------

التخطيط	30	%30
التواصل	25	%25
إدارة المخاطر	20	%20
إدارة الوقت	25	%25

3. الأهداف الاستراتيجية

3.1 هل تتوافق أهداف المشاريع الإعلامية مع الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
نعم	45	%45

لا	20	20%
إلى حد ما	35	35%

3.2 هل يتم قياس مدى تحقيق المشاريع للأهداف الاستراتيجية للمؤسسة؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
نعم	30	30%
لا	40	40%
أحياناً	30	30%

4. التنسيق والتعاون

4.1 ما مدى فعالية التنسيق والتعاون بين مختلف الأقسام في إدارة المشاريع الإعلامية؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
--------	------------	----------------

فعال جدًا	20	20%
فعال	35	35%
محدود الفعالية	30	30%
غير فعال	15	15%

4.2 هل يتم استخدام أدوات أو برامج لتعزيز التعاون والتنسيق بين فرق العمل؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
نعم	40	40%
لا	30	30%
بعض الأحيان	30	30%

5. إدارة المخاطر

5.1 هل يتم تطبيق عمليات إدارة المخاطر بشكل فعال في المشاريع الإعلامية؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
نعم	30	30%
لا	35	35%
إلى حد ما	35	35%

5.2 هل يتم عمل خطط طوارئ للتعامل مع المخاطر المحتملة؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
نعم	35	35%
لا	30	30%
أحياناً	35	35%

6. الاستغلال الأمثل للموارد

6.1 هل يتم استغلال الموارد المتاحة بشكل أمثل في المشاريع الإعلامية؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
نعم	25	25%
لا	35	35%
إلى حد ما	40	40%

6.2 هل توجد معوقات تواجهكم في الاستغلال الأمثل للموارد؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
نعم	50	50%
لا	20	20%

أحياناً	30	%30
---------	----	-----

7. مواكبة التطورات التقنية

7.1 ما مدى قدرة المؤسسة على مواكبة التطورات التقنية في مجال الإعلام؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
عالية جداً	15	%15
عالية	30	%30
محدودة	35	%35
ضعيفة	20	%20

7.2 هل يتم توفير التدريب المستمر للعاملين على استخدام التقنيات الحديثة؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
--------	------------	----------------

نعم	30	30%
لا	40	40%
أحياناً	30	30%

8. فعالية الإنتاج الإعلامي

8.1 ما مدى رضاكم عن فعالية الإنتاج الإعلامي للمؤسسة؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
راضٍ جداً	20	20%
راضٍ	40	40%
غير راضٍ	25	25%
غير راضٍ تماماً	15	15%

8.2 هل يتم قياس جودة الإنتاج الإعلامي بشكل دوري؟

الخيار	عدد الردود	النسبة المئوية
نعم	35	35%
لا	35	35%
أحياناً	30	30%

- النتائج والتوصيات

- تطبيق منهجيات إدارة المشاريع:

- النتائج:

- 50% من المؤسسات تستخدم منهجيات محددة، و30% تستخدمها أحياناً،

- و20% لا تستخدمها.

- 65% يرون أن المنهجيات فعالة إلى حد ما أو فعالة جداً، بينما 35%

- يرون أنها محدودة أو غير فعالة.

- التحليل:

- هناك حاجة لزيادة تبني منهجيات إدارة المشاريع وتوحيدها.

- يجب تحسين فعالية المنهجيات الحالية من خلال التدريب والتطبيق العملي.

- التوصيات:

- تطوير دليل إرشادي لمنهجيات إدارة المشاريع.

- تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية حول إدارة المشاريع.

- 2. الكفاءات والمهارات:

• النتائج:

- 40% يرون أن الفريق يمتلك الكفاءات "إلى حد ما"، و35% يرون أنه يمتلكها، و25% يرون أنه لا يمتلكها.
- أبرز الكفاءات المطلوبة للتطوير هي التخطيط، التواصل، إدارة الوقت، وإدارة المخاطر.

• التحليل:

- هناك فجوة في الكفاءات والمهارات اللازمة لإدارة المشاريع الإعلامية.
- يجب التركيز على تطوير الكفاءات الأساسية من خلال التدريب والتطوير المهني.

• التوصيات:

- إجراء تقييم شامل للكفاءات وتحديد الاحتياجات التدريبية.
- تطوير برامج تدريبية مخصصة للكفاءات المطلوبة.
- الأهداف الاستراتيجية:

• النتائج:

- 45% يرون أن أهداف المشاريع تتوافق مع الأهداف الاستراتيجية، و35% يرون أنها تتوافق "إلى حد ما"، و20% يرون أنها لا تتوافق.

- 40% لا يقيسون تحقيق المشاريع للأهداف الاستراتيجية، و30% يقيسونه، و30% يقيسونه أحيانًا.

● التحليل:

- هناك حاجة لزيادة التوافق بين أهداف المشاريع والأهداف الاستراتيجية.
- يجب وضع آليات لقياس تحقيق المشاريع للأهداف الاستراتيجية بشكل دوري.

● التوصيات:

- تضمين الأهداف الاستراتيجية في خطط المشاريع.
- تطوير مؤشرات أداء رئيسية لقياس تحقيق الأهداف الاستراتيجية.

○ التنسيق والتعاون:

● النتائج:

- 55% يرون أن التنسيق والتعاون فعال إلى حد ما أو فعال جدًا، بينما 45% يرون أنه محدود أو غير فعال.
- 40% يستخدمون أدوات وبرامج للتعاون، و30% لا يستخدمونها، و30% يستخدمونها أحيانًا.

● التحليل:

○ هناك مجال لتحسين التنسيق والتعاون بين الأقسام.

○ يجب زيادة استخدام أدوات وبرامج التعاون وتوفير التدريب عليها.

• التوصيات:

○ تشجيع التواصل الفعال بين الأقسام.

○ توفير التدريب على استخدام أدوات التعاون الرقمي.

○ إدارة المخاطر:

• النتائج:

○ 70% يرون أن إدارة المخاطر محدودة أو غير فعالة.

○ 70% خطط الطوارئ للتعامل مع المخاطر المحتملة يتم إعدادها بشكل

غير منتظم.

• التحليل:

○ إدارة المخاطر تحتاج إلى تحسين كبير.

○ يجب وضع خطط طوارئ شاملة وتدريب العاملين عليها.

• التوصيات:

○ تطوير خطة شاملة لإدارة المخاطر.

○ إجراء تقييم دوري للمخاطر المحتملة.

○ الاستغلال الأمثل للموارد:

● النتائج:

○ 75% يرون أن استغلال الموارد محدود أو غير أمثل.

○ 80% يواجهون معوقات في الاستغلال الأمثل للموارد.

● التحليل:

○ يجب تحسين إدارة الموارد وتقليل الهدر.

● التوصيات:

○ إجراء مراجعة شاملة لعمليات إدارة الموارد.

○ تحديد المعوقات ووضع حلول لها.

○ مواكبة التطورات التقنية:

● النتائج:

○ 55% يرون أن قدرة المؤسسة على مواكبة التطورات التقنية محدودة أو

ضعيفة.

○ 70% يرون أن التدريب على التقنيات الحديثة غير كافٍ.

- التحليل:

- يجب زيادة الاستثمار في التكنولوجيا وتوفير التدريب المستمر.

- التوصيات:

- تطوير خطة استراتيجية لمواكبة التطورات التقنية.
- توفير برامج تدريبية متخصصة في التقنيات الحديثة.

- فعالية الإنتاج الإعلامي:

- النتائج:

- 60% راضون عن فعالية الإنتاج الإعلامي، بينما 40% غير راضين.
- 65% يقيسون جودة الإنتاج الإعلامي بشكل غير منتظم.

- التحليل:

- يجب تحسين جودة الإنتاج الإعلامي وقياسه بشكل دوري.

- التوصيات:

- وضع معايير جودة للإنتاج الإعلامي.
- تطوير آليات لجمع آراء الجمهور وتقييم الإنتاج الإعلامي.

مراجع البحث:

1. عبد الرحمن، ح.، 1993. إدارة وتكلفة الجودة لمشاريع الهندسة المدنية. أطروحة مقدمة للحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في الهندسة. جامعة مانشستر، معهد العلوم والتكنولوجيا، المملكة المتحدة.
2. عبد الله السهيمي، أ.، كوسكيلا، ل.، 2011. تحسين ممارسات إدارة المشاريع في دول الخليج العربي باستخدام تقنيات البناء الخالي من الهدر. المؤتمر السعودي الثالث لإدارة المشاريع، SES، الرياض، المملكة العربية السعودية.
3. بوسنينة، محمد علي، 2011. دراسة التأخيرات في المشاريع الإنشائية بسبب المالك. أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في إدارة الأعمال قسم إدارة المشاريع، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، ليبيا.
4. كاردناس، سي.، زاباتا، بي.، لوزانو، إن.، 2018. دمج منهجيات نمذجة معلومات البناء D5 وإدارة القيمة المكتسبة من خلال أداة حاسوبية. مجلة هندسة البناء (RIC)، المجلد 33، العدد 3، كولومبيا، الصفحات: 263-278.
5. الغاويش، ف.، وآخرون، 2019. تسليم المشاريع المتكاملة مع نمذجة معلومات البناء: نهج آلي قائم على إدارة القيمة المكتسبة. مجلة الأتمتة في البناء، المملكة

المتحدة، أستراليا، كندا، الصفحات: 1-16. متاح على:

<https://doi.org/10.1016/j.autcon.2019.102907>

6. جيرتينج، ك.، 2014. تقييم تأثير نمذجة معلومات البناء (BIM) على أداء

المشاريع في صناعة البناء في المملكة المتحدة. رسالة ماجستير في إدارة مشاريع

البناء والتكاليف، جامعة كوفنتري، المملكة المتحدة.

7. جرادة، أ.، ليسارد، ج.، 2015. نظام نمذجة معلومات البناء المتكامل لتتبع الوقت

والتكلفة لمشاريع البناء: دراسة حالة. مجلة هندسة البناء، المجلد 2015، رقم

المقالة 579486، كندا، الصفحات: 1-10. متاح على:

<http://dx.doi.org/10.1155/2015/579486>

8. الحمصي، لؤي، 2021. تحسين أداء مشاريع إعادة التأهيل في مدينة حمص

باستخدام نظام القيمة المكتسبة. أطروحة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الهندسة

المدنية، قسم الإدارة الهندسية والإنشاء، جامعة البعث، سوريا.

9. موريس، ب.، وهوف، ج.، 1979. تشريح المشاريع الكبرى، دراسة لواقع إدارة

المشاريع. جون وايلي وأولاده، المملكة المتحدة.

10. الشابين، محمد، 2012. الإدارة الحديثة للمشاريع باستخدام القيم المكتسبة

- المفهوم والتطبيق. منشورات مركز البحوث، معهد الإدارة العامة، الرياض،

المملكة العربية السعودية.

11. الصايغ، س.، 2008. تقييم المخاطر وتخصيصها في صناعة البناء في

الإمارات العربية المتحدة. المجلة الدولية لإدارة المشاريع 26، الصفحات: 431-

438.

12. صن، تش.، مان، كيو.، وانغ، واي.، 2015. دراسة حول الإنذار المبكر

بمخاطر تكلفة وجدول مشاريع البناء القائمة على نمذجة معلومات البناء. مجلة

الأنظمة الذكية والضبابية، الصين، الصفحات: 469-477.

ملخص الدراسة

أن هناك فرصًا كبيرة لتحسين إدارة المشاريع الإعلامية في المؤسسة. تشير النتائج إلى وجود تباين في تطبيق منهجيات إدارة المشاريع، وحاجة إلى تطوير الكفاءات الأساسية لدى فريق العمل، خاصة في مجالات التخطيط والتواصل وإدارة المخاطر.

كما تبرز الدراسة الحاجة إلى تعزيز التوافق بين أهداف المشاريع والأهداف الاستراتيجية للمؤسسة، ووضع آليات لقياس تحقيق هذه الأهداف. بالإضافة إلى ذلك، هناك مجال لتحسين التنسيق والتعاون بين الأقسام، وزيادة استخدام أدوات وبرامج التعاون الرقمي. وفيما يتعلق بإدارة المخاطر، تشير النتائج إلى ضرورة تحسين فعاليتها ووضع خطط طوارئ شاملة. كما يجب تحسين استغلال الموارد المتاحة، ومواكبة التطورات التقنية في مجال الإعلام من خلال توفير التدريب المستمر للعاملين.

أخيرًا، تظهر الدراسة أن هناك حاجة لتحسين جودة الإنتاج الإعلامي وقياسه بشكل دوري، ووضع معايير واضحة للجودة. بشكل عام، تقدم الدراسة رؤى قيمة حول نقاط القوة والضعف في إدارة المشاريع الإعلامية، وتوفر أساسًا لتطوير خطط تحسين الأداء في المؤسسة.

الملاحق

الاستبيان

الهدف العام للاستبيان:

9. يهدف هذا الاستبيان إلى تقييم واقع إدارة المشاريع الإعلامية في المؤسسات الإعلامية السعودية، وتحديد التحديات والفرص لتحسين أدائها وفعاليتها.

محاور الاستبيان:

10. تطبيق منهجيات إدارة المشاريع:

1. هل تستخدم مؤسستكم منهجيات إدارة مشاريع محددة؟

1. نعم

2. لا

3. أحيانًا

2. ما مدى فعالية تطبيق هذه المنهجيات في تحقيق أهداف المشاريع؟

1. فعالة جدًا

2. فعالة

3. محدودة الفعالية

4. غير فعالة

11. الكفاءات والمهارات:

1. هل يتمتع فريق إدارة المشاريع بالكفاءات والمهارات اللازمة لإدارة المشاريع

الإعلامية؟

1. نعم

2. لا

3. إلى حد ما

2. ما هي أبرز الكفاءات التي تحتاجون إلى تطويرها في فريق إدارة المشاريع؟

1. التخطيط

2. التواصل

3. إدارة المخاطر

4. إدارة الوقت

12. الأهداف الاستراتيجية:

1. هل تتوافق أهداف المشاريع الإعلامية مع الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة؟

1. نعم

2. لا

3. إلى حد ما

2. هل يتم قياس مدى تحقيق المشاريع للأهداف الاستراتيجية للمؤسسة؟

1. نعم

2. لا

3. أحياناً

13. التنسيق والتعاون:

1. ما مدى فعالية التنسيق والتعاون بين مختلف الأقسام في إدارة المشاريع

الإعلامية؟

1. فعال جداً

2. فعال

3. محدود الفعالية

4. غير فعال

2. هل يتم استخدام أدوات أو برامج لتعزيز التعاون والتنسيق بين فرق العمل؟

1. نعم

2. لا

3. بعض الأحيان

14. إدارة المخاطر:

1. هل يتم تطبيق عمليات إدارة المخاطر بشكل فعال في المشاريع الإعلامية؟

1. نعم

2. لا

3. إلى حد ما

2. هل يتم عمل خطط طوارئ للتعامل مع المخاطر المحتملة؟

1. نعم

2. لا

3. أحياناً

15. الاستغلال الأمثل للموارد:

1. هل يتم استغلال الموارد المتاحة بشكل أمثل في المشاريع الإعلامية؟

1. نعم

2. لا

3. إلى حد ما

2. هل توجد معوقات تواجهكم في الاستغلال الأمثل للموارد؟

1. نعم

2. لا

3. أحياناً

16. مواكبة التطورات التقنية:

1. ما مدى قدرة المؤسسة على مواكبة التطورات التقنية في مجال الإعلام؟

1. عالية جداً

2. عالية

3. محدودة

4. ضعيفة

2. هل يتم توفير التدريب المستمر للعاملين على استخدام التقنيات الحديثة؟

1. نعم

2. لا

3. أحياناً

17. فعالية الإنتاج الإعلامي:

1. ما مدى رضاكم عن فعالية الإنتاج الإعلامي للمؤسسة؟

1. راضٍ جداً

2. راضٍ

3. غير راضٍ

4. غير راضٍ تماماً

2. هل يتم قياس جودة الإنتاج الإعلامي بشكل دوري؟

1. نعم

2. لا

3. أحياناً

Midocean University

College of Management



Department/Major:

Master of Project Management

The Impact of Project Management Implementation on the

Effectiveness of Saudi Media Production

A Case Study in Saudi Media Institutions

Prepared by: Student / Sara Al-Shayesh Haleel Al-Anzi

Supervision

Dr. Al-Faisal Abdul Hamid

Dr. Fayez Jarad

Academic Year

2025