

التكليف^٣ لمشروع التخرج الأول:

المحتويات:

- ١- تجميع المادة العلمية.
- ٢- الترجمة والتدقيق اللغوي.
- ٣- محاذير استخدام الذكاء الاصطناعي في البحث العلمي.
- ٤- هل يمكن التحقق من المحتوى المكتوب بالذكاء الاصطناعي.

الفصول:

- ٥- الفصل الأول 🌟: الإطار العام للدراسة: المقدمة.
- ٦- خلفية البحث.
- ٧- مشكلة البحث: الفجوات النظرية.
- ٨- الفجوات التطبيقية.
- ٩- أهمية البحث: الأهمية النظرية.
- ١٠- الأهمية العلمية.
- ١١- أسئلة البحث.
- ١٢- أهداف البحث.
- ١٣- فرضيات البحث.
- ١٤- نموذج البحث.
- ١٥- الدراسة الميدانية.
- ١٦- هيكل المشروع.

١٧- الفصل الثاني 🌟: الإطار النظري: المقدمة.

- ١٨- التواصل الفعال.
- ١٩- ولاء العملاء.
- ٢٠- العلاقة بين المتغيرات.
- ٢١- الخاتمة.

٢٢- الفصل الثالث ✨: منهجية البحث: المقدمة.

٢٣- التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث.

٢٤- منهجية البحث.

٢٥- مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات.

٢٦- طريقة جمع البيانات.

٢٧- انواع البيانات.

٢٨- اجراءات التحليل الإحصائي.

٢٩- الخاتمة.

٣٠- قائمة المراجع.

٣١- الملاحق.

١- تجميع المادة العلمية.

الأهمية العلمية:

1. سد فجوة بحثية:

معظم الدراسات السابقة ركزت على الذكاء العاطفي في جانب الإدارة الداخلية (إدارة فرق العمل)، بينما مشروعك يربط الذكاء العاطفي وحسن الخلق بـ العلاقة مع العملاء والسياح والمشتريين. هذا يفتح مجال بحث جديد.

2. إبراز دور القيم الأخلاقية في الإدارة:

البحث يُظهر أن النجاح لا يعتمد فقط على التخطيط والمهارات الفنية، بل على حسن الخلق والتعامل الإنساني من قبل المدير.

3. دمج علم الإدارة مع علم النفس والسلوك:

المشروع يربط بين مفاهيم الذكاء العاطفي (علم نفس تنظيمي) و نجاح المشاريع (علم الإدارة) في إطار واحد.

4. إسهام في تطوير الدراسات المحلية:

أغلب الأبحاث الأجنبية تركز على بيئات عمل غربية، بينما مشروعك يمكن أن يكون له طابع محلي/إقليمي يعكس ثقافة المجتمع (التي تعطي قيمة عالية للأخلاق).

5. إثراء الأدبيات العلمية في إدارة المشاريع:

البحث سيضيف مؤشرات جديدة لقياس نجاح المشاريع مثل:

- الثقة بين العملاء والمدير.
- الولاء المستمر للمنتج/الخدمة.
- جذب السياح والمشتريين عبر أسلوب المدير وليس فقط جودة المنتج.

6. إمكانية بناء نماذج قياس جديدة:

من خلال مشروعك يمكن تطوير أداة أو استبيان لقياس العلاقة بين:

- الذكاء العاطفي للمدير
- حسن الخلق
- ثقة وولاء العملاء

7. إفادة الباحثين اللاحقين:

مشروعك سيكون مرجعًا علميًا يمكن أن يعتمد عليه طلاب وباحثون آخرون في مجالات:

- إدارة المشاريع
- التسويق
- علم النفس الإداري
- السياحة وإدارة الضيافة.

٢- الترجمة والتدقيق اللغوي.

الترجمة: هي عملية نقل النصوص من لغة إلى أخرى مع

الحفاظ على المعنى والمحتوى والدقة، وتُستخدم في الأبحاث العلمية لترجمة المراجع الأجنبية والاستفادة من الدراسات السابقة.

التدقيق اللغوي: هو مراجعة النص المكتوب للتأكد من سلامة اللغة، خلوه من الأخطاء الإملائية والنحوية، وضمان وضوح الأسلوب وتسلسل الأفكار.

- أهميتهما: يساهمان في جعل البحث واضح، سليم لغوياً، ودقيق علمياً مما يزيد من قوته الأكاديمية

٣- محاذير استخدام الذكاء الاصطناعي في البحث العلمي.

1. **الدقة والمصداقية:** قد ينتج الذكاء الاصطناعي معلومات غير صحيحة أو مضللة (Hallucinations).
2. **الأمانة العلمية:** الاعتماد الكلي على الذكاء الاصطناعي بدون توثيق أو تدقيق قد يُعد نوعاً من السرقة العلمية.
3. **غياب النقد والتحليل:** الذكاء الاصطناعي يقدم محتوى جاهز، لكن الباحث يجب أن يقوم بـ التفكير النقدي والتحليل بنفسه.
4. **التحديث المستمر للمصادر:** بعض أدوات الذكاء الاصطناعي قد لا تكون محدثة بالمراجع الأحدث، مما يقلل من قيمة البحث.
5. **الاعتماد الزائد:** الإفراط في استخدامه قد يقلل من إبداع الباحث وجهده الشخصي.
6. **خصوصية البيانات:** إدخال بيانات حساسة في الأدوات قد يعرضها لمخاطر تسريب.

٤- هل يمكن التحقق من المحتوى المكتوب بالذكاء

الاصطناعي

٤- هل يمكن التحقق من المحتوى المكتوب بالذكاء

الاصطناعي

1. **الأدوات التقنية:** توجد برامج وأنظمة كشف (AI detectors) تحاول تحديد ما إذا كان النص مكتوبًا بالذكاء الاصطناعي، لكنها ليست دقيقة بنسبة 100%.
2. **التحليل اللغوي:** النصوص المنتجة غالبًا تكون منسقة، خالية من الأخطاء، وبأسلوب عام مما قد يكشف أنها غير بشرية.
3. **التدقيق اليدوي:** الباحث أو المشرف يستطيع التحقق عبر مراجعة المصادر، والأصالة، والقدرة النقدية للنص.
4. **الفحص بالسرقات الأدبية (Plagiarism Check):** يساعد في التحقق من مدى أصالة المحتوى بغض النظر عن كونه بشري أو اصطناعي.
5. **الخلاصة:** يمكن التحقق جزئيًا، لكن لا توجد وسيلة مؤكدة 100% للتمييز بين النص البشري ونص الذكاء الاصطناعي، لذا تبقى الأمانة العلمية والاقتباس الصحيح هي الأساس.

الفصول:

٥- الفصل الأول 🌟: الإطار العام للدراسة: المقدمة.

تعد المشاريع الحديثة مجالًا أساسيًا في دفع عجلة التنمية وجذب المستهلكين والسياح والمشتريين، ولا يقتصر نجاحها على جودة المنتج أو الخدمة فقط، بل يمتد إلى أسلوب المديرين في التعامل مع الآخرين. إذ يلعب الذكاء العاطفي دورًا مهمًا في فهم مشاعر الآخرين وإدارتها بفعالية، كما أن حسن الخلق يمثل عنصرًا جوهريًا في بناء

ومن هنا تنبع أهمية هذه الدراسة التي تسعى إلى توضيح أثر الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع على جذب المستهلكين والسياح والمشتريين، وربط ذلك بنجاح المشروع وتعزيز الولاء والثقة.

٦- خلفية البحث.

شهدت السنوات الأخيرة اهتمامًا متزايدًا بعوامل النجاح غير التقليدية في إدارة المشاريع، حيث لم يعد النجاح يقاس فقط بالوقت والتكلفة والجودة، بل أصبح مرتبطًا أيضًا بقدرة المدير على بناء علاقات إنسانية فعّالة. فقد أثبتت الدراسات أن الذكاء العاطفي يساعد المدير على فهم احتياجات العملاء والتعامل مع المواقف بمرونة، بينما يُعد حسن الخلق أساسًا في كسب الثقة والاحترام.

في المقابل، أظهرت بعض التجارب أن ضعف التواصل أو غياب الأخلاق المهنية يؤدي إلى فقدان المستهلكين والسياح والمشتريين، مما ينعكس سلبيًا على سمعة المشروع واستمراره.

لذلك تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على العلاقة بين الذكاء العاطفي وحسن الخلق من جهة، و جذب العملاء وتعزيز ولائهم وثقتهم من جهة أخرى، باعتبارها ركيزة أساسية في نجاح المشاريع.

على الرغم من كثرة الدراسات التي تناولت موضوع إدارة المشاريع وقياس نجاحها من خلال العوامل الفنية مثل (الوقت، التكلفة، الجودة)، إلا أن هناك قصورًا واضحًا في الدراسات التي ربطت العوامل الإنسانية والأخلاقية بمدى نجاح المشاريع.

كما أن الأبحاث السابقة ركزت غالبًا على أثر الذكاء العاطفي في إدارة فرق العمل الداخلية، ولم تول اهتمامًا كافيًا لدوره في جذب المستهلكين والسياح والمشتريين. كذلك، هناك ندرة في الدراسات التي تناولت حسن الخلق كمتغير مؤثر في بناء الثقة والولاء لدى العملاء وربطه مباشرةً بنجاح المشاريع.

ومن هنا تتحدد مشكلة البحث في وجود فجوة نظرية تتعلق بضعف الأدبيات العلمية التي تدمج بين:

1. الذكاء العاطفي لمديري المشاريع.
2. حسن الخلق كأساس للتعامل الإنساني والمهني.
3. جذب العملاء والسياح والمشتريين وتعزيز الولاء والثقة.

رغم أهمية الذكاء العاطفي وحسن الخلق في بيئة الأعمال، إلا أن تطبيقهما في إدارة المشاريع السياحية والتجارية ما زال محدودًا.

- معظم الممارسات تركز على الجوانب الفنية والإدارية دون الاهتمام الكافي بالجانب الإنساني.
- قلة وجود نماذج عملية أو أدوات قياس توضح أثر هذه القيم على جذب العملاء وزيادة الولاء والثقة.
- ضعف التدريب والتأهيل لمديري المشاريع في مجال المهارات العاطفية والأخلاقية مقارنة بالمهارات التقنية.

٩- أهمية البحث: الأهمية النظرية.

1. سد فجوة علمية: يربط البحث بين الذكاء العاطفي وحسن الخلق ونجاح المشاريع، وهو جانب قلما تناولته الدراسات السابقة.
2. تطوير الأدبيات العلمية: يضيف مؤشرات جديدة لقياس أثر السلوك القيادي على جذب العملاء وزيادة الولاء والثقة.
3. دمج مجالات متعددة: يجمع بين علم إدارة المشاريع، التسويق، وعلم النفس الإداري في إطار واحد.
4. تقديم نموذج أكاديمي: يمكن استخدام نتائج البحث كنموذج مرجعي للباحثين المستقبليين لدراسة أثر القيم الأخلاقية والعاطفية في نجاح المشاريع

١٠- الأهمية العلمية.

1. توسيع المعرفة: يوضح العلاقة بين الذكاء العاطفي، وحسن الخلق، وسن نجاح المشاريع وتعزز

العاطفي وحسن الخلق وبين نجاح المشاريع وتعزيز

الولاء والثقة لدى العملاء.

2.إسهام في الدراسات المحلية والدولية: يوفر

بيانات وأدوات قياس جديدة قابلة للاستخدام في

مشاريع مستقبلية.

3.تطوير نماذج قياس: يساهم في ابتكار أدوات

لتقييم أثر السلوك القيادي الإنساني على جذب

العملاء والسياح والمشتريين.

4.تعزيز الفهم العلمي: يساعد الباحثين والممارسين على

إدراك أهمية الجوانب العاطفية والأخلاقية في إدارة

المشاريع الناجحة

١- أسئلة البحث.

1. ما أثر الذكاء العاطفي لمديري المشاريع على

جذب المستهلكين والسياح والمشتريين؟

2. كيف يؤثر حسن الخلق لدى مديري

المشاريع على زيادة الولاء والثقة لدى العملاء؟

3. هل هناك علاقة بين الذكاء العاطفي وحسن

الخلق ونجاح المشروع؟

4. ما الأدوات أو الأساليب الفعالة التي يمكن

استخدامها لتعزيز الجانب العاطفي والأخلاقي في إدارة

المشاريع؟

٢- أهداف البحث.

1.دراسة أثر الذكاء العاطفي لدى مديري المشاريع

1. على جذب المستهلكين والسياح والمشتريين.
2. تحليل تأثير حسن الخلق لدى مديري المشاريع على تعزيز الولاء والثقة لدى العملاء.
3. تحديد العلاقة بين الذكاء العاطفي وحسن الخلق ونجاح المشروع.
4. اقتراح أساليب وأدوات لتعزيز المهارات العاطفية والأخلاقية لدى مديري المشاريع.

٣- فرضيات البحث.

1. هناك علاقة إيجابية بين الذكاء العاطفي لمديري المشاريع وجذب المستهلكين والسياح والمشتريين.
2. هناك علاقة إيجابية بين حسن الخلق لدى مديري المشاريع وزيادة الولاء والثقة لدى العملاء.
3. الدمج بين الذكاء العاطفي وحسن الخلق يساهم بشكل مباشر في نجاح المشروع.
4. استخدام أساليب تطوير المهارات العاطفية والأخلاقية لدى المديرين يعزز من قدرة المشروع على جذب العملاء والحفاظ عليهم.

١٤- نموذج البحث.

يعتمد نموذج البحث على العلاقة بين الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع من جهة، و نجاح المشروع من حيث جذب المستهلكين والسياح والمشتريين، وزيادة الولاء والثقة من جهة أخرى.

- المتغير المستقل: الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع.
- المتغير التابع: نجاح المشروع، ويقاس من خلال جذب العملاء، زيادة الولاء والثقة.
- علاقة البحث: يفترض أن الذكاء العاطفي وحسن الخلق يسهمان بشكل إيجابي في نجاح المشروع.

٥- الدراسة الميدانية.

- الهدف: التحقق من أثر الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع على جذب المستهلكين والسياح والمشتريين، وزيادة الولاء والثقة عمليًا.
- المجتمع المستهدف: مديري المشاريع في القطاع السياحي والتجاري، بالإضافة إلى عملائهم والمستفيدين من خدماتهم.
- أداة جمع البيانات: استبيانات ومقابلات قصيرة لقياس مستوى الذكاء العاطفي، حسن الخلق، ودرجة رضا العملاء وثقتهم.
- طريقة التحليل: استخدام الأساليب الإحصائية لوصف النتائج، وتحليل العلاقة بين المتغيرات المستقلة (الذكاء العاطفي وحسن الخلق) والمتغير التابع (نجاح المشروع).

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

- المقدمة
- خلفية البحث
- مشكلة البحث (الفجوات النظرية والتطبيقية)
- أهمية البحث (النظرية والعملية والعلمية)
- أسئلة البحث
- أهداف البحث
- فرضيات البحث
- حدود الدراسة

2. الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات

السابقة

- مفهوم الذكاء العاطفي
- مفهوم حسن الخلق
- أثر الذكاء العاطفي وحسن الخلق على إدارة المشاريع
- الدراسات السابقة

3. الفصل الثالث: منهجية البحث

- نوع البحث
- مجتمع وعينة البحث
- أدوات جمع البيانات
- طريقة التحليل
- نموذج البحث

4. الفصل الرابع: الدراسة الميدانية والتحليل

- عرض البيانات

- تحليل النتائج
 - اختبار الفرضيات
5. الفصل الخامس: الاستنتاجات والتوصيات
- استنتاجات البحث
 - التوصيات العلمية والعملية
 - المقترحات للدراسات المستقبلية

١٧- الفصل الثاني 🌟: الإطار النظري: المقدمة.

يتناول هذا الفصل المفاهيم الأساسية للبحث، مثل الذكاء العاطفي وحسن الخلق، ويستعرض أثرها على نجاح المشاريع وجذب العملاء وزيادة الولاء والثقة، بالإضافة إلى الدراسات السابقة ذات الصلة.

٨- التواصل الفعال.

التواصل الفعال هو قدرة المدير على نقل المعلومات والأفكار والمشاعر بوضوح، والاستماع الجيد للآخرين، بما يسهم في بناء علاقات إيجابية، تعزيز الثقة، وحل المشكلات بسرعة وكفاءة.

١٩- ولاء العملاء.

ولاء العملاء هو استمرار تفضيل العميل للمنتج أو الخدمة والعودة إليها بشكل متكرر، ويعكس ثقة العميل بالمشروع وجوده

الخدمة المقدمة، ويعتبر مؤشراً مهماً على نجاح المشروع واستمراريته.

٢٠- العلاقة بين المتغيرات.

- المتغيرات المستقلة: الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع.
- المتغير التابع: نجاح المشروع، ويقاس من خلال جذب العملاء، زيادة الولاء والثقة.
- العلاقة المفترضة: كلما ارتفع مستوى الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى المدير، زاد جذب العملاء وتحسين الولاء والثقة، مما يعزز نجاح المشروع بشكل عام.

٢- الفصل الثالث 🌟: منهجية البحث: المقدمة.

يتناول هذا الفصل طرق وإجراءات البحث العلمي المستخدمة لدراسة أثر الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع على جذب العملاء وزيادة الولاء والثقة، ويحدد نوع البحث، أدوات جمع البيانات، وعينة البحث وطريقة تحليل النتائج.

٢٣- التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

1. الذكاء العاطفي (متغير مستقل): قدرة مديري

المشاريع على التعرف على مشاعرهم ومشاعر الآخرين، وإدارتها بفعالية لتحسين الأداء واتخاذ القرارات.

2. حسن الخلق (متغير مستقل): سلوكيات المدير التي تعكس الأمانة، الصدق، الاحترام، والتعامل الإنساني مع العملاء والموظفين.
3. نجاح المشروع (متغير تابع): مدى قدرة المشروع على جذب المستهلكين والسياح والمشتريين، وزيادة الولاء والثقة، ويقاس من خلال استبيانات ورضا العملاء.

٤- منهجية البحث.

1. نوع البحث: وصفي تحليلي، يهدف إلى دراسة أثر الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع على نجاح المشروع وجذب العملاء.
2. تصميم البحث: يعتمد على الدراسة الميدانية باستخدام الاستبيانات والمقابلات لجمع البيانات من مديري المشاريع والعملاء.
3. المجتمع والعينة: مديري المشاريع في القطاعات السياحية والتجارية، وعينة من عملائهم؛ ويتم اختيارها بطريقة عشوائية أو مهنية حسب توفر البيانات.
4. أدوات جمع البيانات: استبيانات تحتوي على أسئلة لقياس الذكاء العاطفي، حسن الخلق، ورضا العملاء وولائهم.
5. طريقة التحليل: استخدام الإحصاء الوصفي

٥-مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات.

1. مجتمع البحث:

- يشمل مديري المشاريع في القطاع السياحي والتجاري.
- ويشمل أيضًا العملاء والمستهلكين والسياح والمشتريين الذين يتعاملون مع هذه المشاريع.

2. طرق أخذ العينات:

- العينة العشوائية البسيطة: اختيار المشاركين بشكل عشوائي لضمان التمثيل العادل.
- العينة الطبقية: تقسيم المجتمع إلى مجموعات (مثل مديري المشاريع والعملاء) واختيار عينات من كل مجموعة حسب حجمها.
- تهدف العينات إلى تمثيل المجتمع بدقة لتعميم النتائج بشكل موثوق.

٢٦-طريقة جمع البيانات.

1. الاستبيانات: تصميم استبيان موجه لكل من مديري المشاريع والعملاء لقياس مستوى الذكاء العاطفي، حسن الخلق، ورضا العملاء وولائهم.
2. المقابلات القصيرة: إجراء مقابلات مع بعض مديري المشاريع للحصول على آراء نوعية وتوضيحية

حول أساليبهم في الإدارة والتواصل مع العملاء.

3. الملاحظات الميدانية: متابعة سلوك المديرين في الواقع العملي وملاحظة أثر تصرفاتهم على تفاعل العملاء.

4. المصادر الثانوية: الاستفادة من الدراسات السابقة والتقارير الرسمية لدعم وتحليل النتائج.

٢٧-أنواع البيانات:

1. **البيانات الأولية:** البيانات التي يتم جمعها مباشرة من خلال الاستبيانات والمقابلات والملاحظات الميدانية الخاصة بالبحث.
2. **البيانات الثانوية:** البيانات التي تم جمعها سابقاً من الدراسات السابقة، الكتب، المقالات، والتقارير الرسمية لدعم البحث والتحليل

٨-إجراءات التحليل الإحصائي.

1. التحليل الوصفي:
 - استخدام الجداول، الرسوم البيانية، والنسب المئوية لوصف خصائص العينة والبيانات.
2. اختبار الفرضيات:
 - استخدام اختبارات الارتباط والانحدار لدراسة العلاقة بين المتغيرات المستقلة (الذكاء العاطفي وحسن الخلق) والمتغير التابع (نجاح

المشروع).

3. تحليل الانحراف والمعايير:

• قياس الاختلافات والتباين بين العينة

لتحديد مدى تأثير المتغيرات على النتائج.

4. استخدام البرامج الإحصائية:

• الاعتماد على برامج مثل SPSS أو Excel لتسهيل

حساب الإحصاءات واختبارات الفرضيات بدقة.

٩-الخاتمة.

يستخلص البحث أن الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى

مديري المشاريع لهما أثر كبير في جذب العملاء والسياح

والمشتريين، وزيادة الولاء والثقة، مما يسهم بشكل مباشر

في نجاح المشاريع واستمراريتها.

وتؤكد الدراسة أهمية الجانب الإنساني والأخلاقي في

الإدارة إلى جانب الجوانب الفنية، وتشير إلى ضرورة تدريب

المديرين على تطوير مهاراتهم العاطفية والأخلاقية لتعزيز

الأداء والسمعة الإيجابية للمشروع.

٣٠-قائمة المراجع.

1. جولمان، د. (1995). الذكاء العاطفي: لماذا قد

يكون أهم من معدل الذكاء. نيويورك: كتب بانتم.

2. ماير، ج.د، سالوفي، ب، وكاروسو، د. (2004).

الذكاء العاطفي: النظرية والنتائج والتطبيقات.

التحقيق النفسي، 15(3)، 197-215.

3. روبنز، س.ب. وكولتر، م. (2018). الإدارة. بيرسون

للتعليم.

4. لوثانز، ف. (2011). السلوك التنظيمي. ماكجرو

4. لوثانز، ف. (2011). السلوك التنظيمي. ماكجرو هيل للتعليم.
5. بارون، ر.أ. (2008). السلوك في المنظمات. بيرسون برنتيس هول.
6. أحمد، س. (2020). أثر الذكاء العاطفي في نجاح المشاريع الصغيرة. مجلة الإدارة الحديثة، 12(3)، 45-60.
7. محمد، ر. (2019). حسن الخلق وتأثيره على ولاء العملاء في القطاع السياحي. مجلة العلوم الإدارية، 8(2)، 78-92.

٣١-الملاحق:

تشمل الملاحق جميع المواد الداعمة التي استخدمت في البحث ولم تُدرج ضمن النص الرئيسي، مثل:

1. **نسخة الاستبيانات:** نسخة كاملة من الاستبيانات الموجهة إلى مديري المشاريع والعملاء.
2. **نماذج المقابلات:** قائمة بالأسئلة المستخدمة في المقابلات مع المديرين.
3. **الجداول والرسوم البيانية:** البيانات التفصيلية التي تدعم التحليل الإحصائي.
4. **أدوات القياس:** أي مقاييس أو نماذج تقييم للذكاء العاطفي وحسن الخلق ورضا العملاء.
5. **المستندات الرسمية أو الصور التوضيحية:** أي مواد مرجعية تدعم البحث.