

Final Project 1

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع

إدارة السمعة الرقمية في بيئة المشاريع الحديثة

أسم الطالبة

نورة حسين

الدويش

مشروع النهائي 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

رقم الطالب : 232001931

تاريخ البحث 13\2\2026:

الفصل الدراسي الأول

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	4
1.2. مشكلة الدراسة	5
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	6
1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي	7
1.3. أهمية الدراسة	8
1.3.1. على المستوى النظري:	8
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	9
1.4. أسئلة الدراسة	10
1.5. أهداف الدراسة	11
1.6. فرضيات الدراسة	12
1.7. نموذج الدراسة	12
1.8. منهجية الدراسة	15
1.9. الدراسة الميدانية	15
1.10. مخطط المشروع المقترح	17

2.الفصل الثاني: الدراسات السابقة	19
2.1.المقدمة:	20
2.2.المتغير المستقل	20
2.3.المتغير التابع	21
2.4.العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	22
2.5.الخاتمة	23
قائمة المراجع	24

الفصل الثالث: منهجية البحث

3.1 مقدمة

يتناول هذا الفصل الإطار المنهجي الذي تعتمد عليه الدراسة للإجابة على تساؤلها الرئيسي: "كيف تساهم إدارة السمعة الرقمية في تعزيز نجاح واستدامة المشاريع في ظل التحول الرقمي؟". ويهدف الفصل إلى توضيح خطوات جمع البيانات وتحليلها بدقة علمية تضمن قابلية النتائج للتعميم على بيئة المشاريع المعاصرة. وتنبع أهمية هذا الفصل من كونه يمثل نقطة التحول من الطرح النظري الذي استعرضته الدراسة في الفصلين الأول والثاني، إلى الاختبار الميداني الذي يمنح الفرضيات الأربع قيمة تطبيقية حقيقية قابلة للقياس والتحقق.

3.2 التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

- المتغير المستقل: إدارة السمعة الرقمية: يُعرّف إجرائيًا بالدرجة التي تمارس بها المنظمة أنشطة المحتوى الاستراتيجي الاستباقي، والتفاعل الرقمي مع أصحاب المصلحة، والرصد والمتابعة عبر أدوات الذكاء الاصطناعي، كما تقيسها فقرات الاستبيان.
- المتغير الوسيط: إدارة الأزمات الرقمية: يُعرّف إجرائيًا بمدى سرعة وكفاءة استجابة المشروع للأزمات الرقمية المفاجئة، وقدرته على احتواء أثرها السلبي على الصورة الذهنية.
- المتغير التابع: نجاح واستدامة المشروع: يُعرّف إجرائيًا من خلال قياس مستوى كفاءة الأداء، والملاءمة والثقة المالية، والاستدامة البشرية المتحققة للمشروع.

نوع المتغير	اسم المتغير	التعريف الإجرائي	طريقة القياس
المتغير المستقل	إدارة السمعة الرقمية	درجة ممارسة المحتوى الاستباقي والتفاعل الرقمي والرصد والمتابعة	مقياس ليكرت الخماسي
المتغير الوسيط	إدارة الأزمات الرقمية	سرعة وكفاءة الاستجابة للأزمات الرقمية المفاجئة	مقياس ليكرت الخماسي
المتغير التابع	نجاح واستدامة المشروع	مستوى كفاءة الأداء والثقة المالية والاستدامة البشرية	مقياس ليكرت الخماسي

يلاحظ من الجدول أعلاه أن الدراسة أخضعت جميع المتغيرات الثلاثة لمقياس ليكرت الخماسي المتدرج، بما يتيح تحويل الاستجابات النوعية إلى قيم رقمية قابلة للمعالجة الإحصائية عبر برنامج SPSS، ويؤكد على الطبيعة الوسيطة لمتغير إدارة الأزمات الرقمية بين المتغيرين المستقل والتابع.

3.3 تصميم البحث

تم اعتماد تصميم بحثي قائم على نموذج "بصلة البحث" (Research Onion) لضمان الاتساق المنطقي بين مختلف مستويات القرار المنهجي:

الطبقة (Layer)	الخيار المعتمد	التبرير العلمي
----------------	----------------	----------------

اعتماد الدراسة على الحقائق الموضوعية والقياس الكمي للعلاقة بين السمعة الرقمية ونجاح المشروع	الوضعية (Positivism)	فلسفة البحث
اختبار فرضيات مبنية على نظريات سابقة حول السمعة المؤسسية وإدارة المشاريع	الاستنباطي (Deductive)	المنهج البحثي
استطلاع آراء عدد كبير من مديري المشاريع ورؤساء أقسام التحول الرقمي	المسح (Survey)	إستراتيجية البحث
جمع البيانات في فترة زمنية محددة تعكس الوضع الراهن	المقطعي (Cross-sectional)	الأفق الزمني

3.4 مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

- مجتمع البحث: يتمثل في مديري المشاريع، ورؤساء أقسام التحول الرقمي، وأصحاب المصلحة في المشاريع التقنية والإنشائية الحديثة.
- العينة: سيتم اختيار عينة قصدية (Purposive Sample) من المتخصصين الممارسين لإدارة المشاريع، ضمن نطاق مستهدف يتراوح بين 50 و100 مشارك، لضمان الحصول على بيانات ذات قيمة تطبيقية عالية وتمثيل إحصائي كافٍ.
- ولضمان تمثيل عادل لمختلف قطاعات المشاريع، تم توزيع العينة المستهدفة تقريبًا على النحو التالي:

قطاع المشروع	العدد المستهدف	النسبة التقريبية
المشاريع التقنية والرقمية	40-35	40%
المشاريع الإنشائية	30-25	30%
المشاريع الخدمية والاستشارية	20-15	20%
قطاعات أخرى متنوعة	10-5	10%

3.5 أدوات جمع البيانات

- لتحقيق التعددية في مصادر البيانات (Triangulation)، ستعتمد الدراسة على أداتين رئيسيتين:
- الاستبيان الإلكتروني (Survey): لجمع بيانات كمية من عينة الدراسة حول وعيهم بأهمية السمعة الرقمية وممارساتهم الفعلية في إدارتها.
- تحليل المضمون (Content Analysis): لبعض حالات المشاريع (Case Studies) وكيفية ظهورها رقميًا وتأثير ذلك على نتائجها الفعلية، بما يدعم النتائج الكمية برؤية نوعية معمقة.

3.6 الجدول الزمني لمراحل جمع البيانات الميدانية

المرحلة	الأنشطة الرئيسية	المدة التقديرية
تصميم الأداة	صياغة فقرات الاستبيان وعرضها على المحكمين	أسبوعان
الدراسة الاستطلاعية	توزيع الأداة على عينة مصغرة	أسبوع واحد

	وتعديلها	
3 أسابيع	نشر الاستبيان إلكترونياً عبر المنصات المهنية	التوزيع الفعلي
أسبوع واحد	ترميز الاستجابات واستبعاد غير المكتمل منها	تفريغ البيانات وتنظيفها
أسبوعان	معالجة البيانات عبر SPSS/Excel واستخراج النتائج	التحليل الإحصائي

3.7 إجراءات التحليل الإحصائي

لتحليل البيانات الميدانية، سيتم استخدام برنامج SPSS أو Excel لتطبيق الاختبارات التالية:

الغرض من الاستخدام	الاختبار الإحصائي
لقياس ثبات أداة الدراسة (الاستبانة)	معامل ألفا كرونباخ
لوصف خصائص العينة	التكرارات والنسب المئوية
لمعرفة الفروق في تصورات المديرين بناءً على خبراتهم وقطاع المشروع	اختبار T أو ANOVA
لقياس قوة العلاقة بين السمعة الرقمية ونجاح المشروع	معامل ارتباط بيرسون
لاختبار الأثر المباشر والأثر الوسيط لإدارة الأزمات الرقمية	تحليل الانحدار (بسيط ومعدّل)

3.8 حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على أثر السمعة الرقمية في سياق إدارة المشاريع فقط، دون التوسع في أبعاد أخرى كالسمعة المؤسسية الشاملة.
- الحدود الزمنية: تغطي الدراسة الأدبيات والممارسات المنشورة في الفترة من 2020 إلى 2026.
- الحدود المكانية: تركز الدراسة على بيئة الأعمال الرقمية عالمياً، مع التركيز على نماذج من المنطقة العربية.

3.9 الاعتبارات الأخلاقية للبحث

- التزمت الباحثة بمجموعة من المبادئ الأخلاقية عند تصميم أداة الدراسة وتطبيقها ميدانياً:
- الموافقة المستنيرة: توضيح هدف الدراسة وطبيعة المشاركة بشكل كامل، على أن تكون المشاركة اختيارية بحتة.
- السرية وعدم الإفصاح: عدم جمع أي بيانات تكشف هوية المستجيب أو المشروع الذي يعمل عليه.
- الاستخدام العلمي للبحث: التأكيد على أن البيانات لن تُستخدم إلا لأغراض هذا البحث الأكاديمي.
- الأمانة العلمية في التوثيق: الالتزام بالإسناد الدقيق لجميع المصادر وفق نظام APA (الإصدار السابع).

3.10 الدراسة الاستطلاعية (Pilot Study)

قبل التوزيع الفعلي، ستقوم الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة مصغرة من 8-10 أفراد من ذوي الخبرة في إدارة المشاريع والتحول الرقمي، للتأكد من وضوح فقرات الاستبيان ومناسبتها للمصطلحات المتداولة، وقياس الزمن التقريبي اللازم لتعبئته.

3.11 الخاتمة

يُخلص هذا الفصل الإجراءات المنهجية الدقيقة التي سَتُتبع لضمان صحة نتائج الدراسة، بما يمهّد الطريق لتقديم تحليل إحصائي موضوعي في الفصل الرابع يختبر العلاقة الفعلية بين إدارة السمعة الرقمية ونجاح واستدامة المشاريع.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية (كتب ودوريات)

1. أبو ناصر، محمد (2024). إدارة السمعة المؤسسية في العصر الرقمي: استراتيجيات التكيف والمواجهة. دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
2. العتيبي، فهد بن سعد (2025). أثر التحول الرقمي على كفاءة إدارة المشاريع الكبرى في المملكة العربية السعودية. "المجلة العربية للإدارة"، مجلد 45، عدد 2.
3. الشريف، عبد الله (2023). إدارة المخاطر المعنوية: السمعة والصورة الذهنية في الفضاء السبراني. دار الفكر العربي، القاهرة.
4. منصور، إيمان (2022). دور منصات التواصل الاجتماعي في بناء الثقة الرقمية للمشاريع الناشئة. "مجلة الدراسات الإدارية والاقتصادية"، جامعة الملك سعود.
5. وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات (2025). تقرير التحول الرقمي السنوي: رؤية 2030 وأثرها على ممارسات الأعمال. الرياض.

ثانياً: المراجع الأجنبية (References)

6. **Benes, V., & Clarke, R.** (2024). *Digital Reputation Management: A Strategic Approach for Project Leaders*. Routledge.
7. **Kerzner, H.** (2022). *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling* (13th ed.). Wiley. (المشاريع إدارة في أساسي مرجع).
8. **Miller, J. A.** (2025). "The Impact of Online Reviews and Digital Sentiment on Project Funding". *International Journal of Project Management*, 43(1), 112-125.
9. **Project Management Institute (PMI).** (2021). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) – Seventh Edition*.
10. **Smith, T., & Brown, L.** (2023). "Automated Reputation Monitoring using AI in Complex Projects". *Journal of Business Research*, Vol. 156.