

Ministère de l'enseignement supérieur  
Et de la recherche scientifique

Université M'Hamed BOUGARA de Boumerdès

Faculté Des Sciences Economiques , Commerciales  
Et des Sciences De Gestion



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
جامعة أممرد بوويرة بومرداس  
كلية العلوم الاقتصادية ، التجارية  
و علوم التسيير

مطروعة بيكا انخوجية تحت عنوان:



## محاضرات في منهجية البحث 2

جذع مشترك

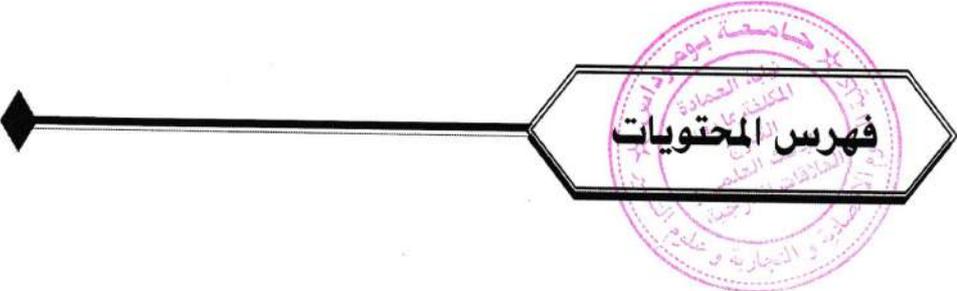
موجمة لطلبة : السنة الثانية

قسم: العلوم التجارية

من إحداد الدكتوررة : مطالي ليلي

السنة الجامعية : 2022/2021





فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
I	فهرس المحتويات
VII	قائمة الأشكال
VIII	قائمة الجداول
2	مقدمة
3	المحور الأول: منهجية إعداد البحث (تقرير التربص)
4	الخطة
5	1. مقدمة في منهجية البحث العلمي
5	1.1. مفهوم البحث العلمي
6	2.1. عناصر البحث العلمي
7	3.1. أنواع البحث العلمي
10	4.1. أهداف البحث العلمي
11	5.1. خصائص البحث العلمي
14	6.1. مناهج البحث العلمي
18	2. مفهوم وأهداف إعداد تقرير التربص
18	1.2. مفهوم التربص

18	2.2. مفهوم تقرير التريص
18	3.2. أهداف إعداد تقرير التريص
19	3. مراحل إعداد تقرير التريص
20	1.3. اختيار الموضوع، المشرف ومكان التريص
28	2.3. جمع المعلومات والوثائق حول الموضوع
29	3.3. التحليل واستخلاص النتائج
31	4.3. كتابة التقرير
31	<b>المحور الثاني: مقدمة البحث وخطة البحث</b>
32	الخطة
33	1. مقدمة البحث وعناصرها
34	1.1. التمهييد
34	2.1. الإشكالية
36	3.1. أسباب اختيار الموضوع
36	4.1. أهداف البحث
37	5.1. أهمية البحث
39	6.1. حدود البحث
40	7.1. منهج البحث
40	8.1. صعوبات البحث
41	9.1. خطة البحث
41	2. تقسيمات خطة البحث

43	<b>المحور الثالث: تحرير مضمون البحث</b>
44	الخطة
45	1. عناصر البحث (تقرير التربص)
45	1.1. الصفحات التمهيدية
47	2.1. الملخص
49	3.1. المقدمة
49	4.1. عناصر أو تقسيمات البحث
49	5.1. الخاتمة
51	6.1. المراجع
51	7.1. الملاحق
52	2. القواعد الشكلية في تحرير البحث (تقرير التربص)
52	1.2. علامات الوقف
57	2.2. علامات الترقيم
57	3. عرض الجداول والأشكال في البحث
57	4. بعض الأخطاء الشائعة عند تحرير مضمون البحث
60	<b>المحور الرابع: التهميش والمراجع</b>
61	الخطة
62	1. الاقتباس والتوثيق في البحث العلمي
63	2. التهميش (الإشارة إلى الهوامش)

65	3. طرق توثيق المراجع
67	4. أشكال وقواعد تهميش المراجع
70	5. تدوين قائمة المصادر والمراجع
76	المحور الخامس: ملاحق البحث
77	الخطة
78	1. مفهوم الملاحق في البحث العلمي
78	2. أهمية الملاحق في البحث العلمي
79	3. أنواع الملاحق في البحث العلمي
82	المحور السادس: فهرس البحث
83	الخطة
84	1. مفهوم فهرس البحث
84	2. أشكال الفهارس في البحث
84	1.2. فهرس المحتويات
88	2.2. قائمة الأشكال والجداول
92	المحور السابع: إعداد الاستبيانات
93	الخطة
94	1. أدوات جمع البيانات في البحث العلمي

94	1.1. الملاحظة
95	2.1. المقابلة
95	3.1. الاستبيان
96	2. أنواع الاستبيان في البحث العلمي
98	1.2. أنواع الاستبيان حسب نوع الأسئلة التي يحتويها
102	2.2. أنواع الاستبيان حسب الوسيلة المستخدمة في إيصاله
103	3.2. أنواع الاستبيان حسب جهة إدارتها
104	3. إيجابيات وسلبيات الاستبيان
104	1.3. إيجابيات الاستبيان
105	2.3. عيوب الاستبيان
106	3.3. مواصفات الاستبيان الجيد:
107	4. مراحل إعداد الاستبيان
108	1.4. المرحلة التمهيديّة لتصميم الاستبيان
108	2.4. مرحلة التصميم وصياغة أسئلة الاستبيان
108	3.4. مرحلة إدارة الاستبيان
109	4.4. مرحلة جمع وتحليل البيانات وعرض النتائج
110	أسئلة للمراجعة مع إجابات مقترحة
109	• أسئلة للمراجعة
111	• الإجابة عن الأسئلة
120	قائمة المراجع

94	1.1. الملاحظة
95	2.1. المقابلة
95	3.1. الاستبيان
96	2. أنواع الاستبيان في البحث العلمي
98	1.2. أنواع الاستبيان حسب نوع الأسئلة التي يحتويها
102	2.2. أنواع الاستبيان حسب الوسيلة المستخدمة في إيصاله
103	3.2. أنواع الاستبيان حسب جهة إدارتها
104	3. إيجابيات وسلبيات الاستبيان
104	1.3. إيجابيات الاستبيان
105	2.3. عيوب الاستبيان
106	3.3. مواصفات الاستبيان الجيد:
107	4. مراحل إعداد الاستبيان
108	1.4. المرحلة التمهيديّة لتصميم الاستبيان
108	2.4. مرحلة التصميم وصياغة أسئلة الاستبيان
108	3.4. مرحلة إدارة الاستبيان
109	4.4. مرحلة جمع وتحليل البيانات وعرض النتائج
110	أسئلة للمراجعة مع إجابات مقترحة
109	• أسئلة للمراجعة
111	• الإجابة عن الأسئلة
120	قائمة المراجع

## قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان
12	الشكل رقم: 1 . خصائص البحث العلمي
15	الشكل رقم: 2 . مناهج البحث العلمي
19	الشكل رقم: 3 . مراحل إعداد تقرير التربص
33	الشكل رقم: 4 . عناصر مقدمة تقرير التربص
42	الشكل رقم: 5 . عناصر خطة البحث (تقرير التربص)
46	الشكل رقم: 6 . نموذج عن صفحة واجهة التقرير
80	الشكل رقم: 7 . نموذج (1) عن ملحق مستخدم في تقرير تربص
81	الشكل رقم: 8 . نموذج (2) عن ملحق مستخدم في تقرير تربص
85	الشكل رقم: 9 . نموذج (1) عن فهرس المحتويات
86	الشكل رقم: 10 . نموذج (2) عن فهرس المحتويات
88	الشكل رقم: 11 . نموذج عن قائمة الأشكال
89	الشكل رقم: 12 . نموذج عن قائمة الجداول
95	الشكل رقم: 13 . أنواع الاستبيان في البحث العلمي
101	الشكل رقم: 14 . نموذج عن استبيان باستخدام <i>Google Forms</i>
105	الشكل رقم: 15 . مراحل إعداد الاستبيان

## قائمة الجداول

الصفحة	العنوان
25-24	الجدول رقم: 1 . قائمة ببعض المواضيع المقترحة لتقرير التربص لتخصصات العلوم التجارية
56-52	الجدول رقم: 2. قواعد استخدام علامات الترقيم وعلامات الوقف
70	الجدول رقم: 3. قائمة ببعض الاختصارات المستخدمة باللغة الأجنبية
98-99	الجدول رقم: 4. مزايا وعيوب الأسئلة المفتوحة والأسئلة المغلقة

## مقدمة

## مقدمة:

يعتبر تقرير التريص الذي يقوم الطالب بإعداده في السنة الثالثة التي تمثل سنة تخرجه من طور الليسانس بحثا مهما يمكنه من إسقاط المفاهيم النظرية التي تلقاها خلال فترة الدراسة لاكتساب معارف تطبيقية عملية من خلال زيارة مؤسسة معينة لدراسة إحدى الوظائف التي تقوم بها وكتابة تقرير يتضمن وصفا لهذه الوظيفة أو النشاط مع عرض النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة والملاحظة.

وحتى يكون تقرير التريص منظما وواضحا ومفهوما وتكون نتائجه ذات قيمة بالنسبة للمؤسسة محل الدراسة، ويمكن أن يستخدم مرجعا للطلاب في المستقبل، فيجب أن يتم إعداده وفق منهجية إعداد البحوث العلمية، ومع مراعاة خصوصياته من حيث الهدف منه والوقت المخصص له، وبالتالي فهو لا يتضمن كل العناصر المطلوبة في البحوث الأخرى وبشكل خاص صياغة فرضيات البحث، حيث أنه لا يهدف إلى إجراء اختبار أو إثبات أو نفي لفرضيات معينة، وإنما باعتباره تقريراً فهو يصف حالة لغرض اقتراح حلول لمشاكل يكون قد تم ملاحظتها خلال الدراسة.

تهدف هذه المطبوعة إلى عرض منهجية إعداد تقرير التريص من خلال المحاور التالية:

**المحور الأول: منهجية إعداد البحث (تقرير التريص)** 

**المحور الثاني: مقدمة البحث وخطة البحث** 

**المحور الثالث: تحرير مضمون البحث** 

**المحور الرابع: التهميش، المراجع** 

**المحور الخامس: ملاحق البحث** 

**المحور السادس: فهرس البحث** 

**المحور السابع: إعداد الإستیبيانات** 

مع تدعيمها بأمثلة وتطبيقات لتبسيط وتوضيح المعنى.

المحور الأول: منهجية إعداد البحث (تقرير التربص)

## منهجية إعداد البحث (تقرير التربص):

### الخطة:

- مقدمة في منهجية البحث العلمي 
- مفهوم وأهداف إعداد تقرير التربص 
- مراحل إعداد تقرير التربص 

## 1. مقدمة في منهجية البحث العلمي:

يتناول هذا الجزء مفاهيم أساسية حول البحث العلمي، من خلال التعريف بمفهوم البحث العلمي، عناصره بما فيها منهجية البحث، أنواعه، أهداف وخصائصه.

### 1.1. مفهوم البحث العلمي:

توجد عدة تعريفات للبحث العلمي منها اعتباره على أنه استقصاء منظم يهدف إلى اكتساب معارف جديدة وموثقة بعد الاختبار العلمي لها<sup>1</sup>. كما تم تعريف البحث العلمي على أنه الاستخدام المنظم لعدد من الأساليب والإجراءات للحصول على حل أكثر كفاية لمشكلة ما، عما يمكننا الحصول عليه بطرق أخرى، وهو يفترض الوصول إلى نتائج ومعلومات أو علاقات جديدة لزيادة المعرفة للناس أو التحقق منها<sup>2</sup>.

كما يعرف البحث العلمي على أنه نشاط إنساني فكري منظم، يستخدم المنهج العلمي للتحقق من المعرفة القائمة أو الحصول على معرفة جديدة، ويهدف إلى تحقيق الفهم المبني على الوصف والتفسير والتنبؤ واقتراح الحلول الممكنة للمشكلات<sup>3</sup>.

وبشكل عام يتمثل الهدف الأساسي من البحث العلمي في الوصول إلى المعرفة الدقيقة والبحث عن أسبابها ومعطياتها، وذلك من خلال التقصي الموضوعي للظاهرة موضوع البحث، الذي يمكن من خلال أحد الأشكال التالية للبحث العلمي<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> محمد عبيدات، محمد أبو نصار و عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي- القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، 1999، ص 4.

<sup>2</sup> ماتيو جيدير، منهجية البحث دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه، ترجمة ملكة أبيض، (ب. د. ن)، 2015، ص 15.

<sup>3</sup> مدحت أبو النصر، قواعد ومراحل البحث العلمي، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2004، ص 21.

<sup>4</sup> عبيدات وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 5.

## 2.1. عناصر البحث العلمي:

يمكن تحديد عناصر البحث العلمي في ما يلي<sup>1</sup>:

### ☞ موضوع البحث:

وهو إما ظاهرة تحتاج لتفسير أو مشكلة تحتاج إلى حل، أو قضية خلافية فيها بعض الغموض، فتثير اهتمام الباحث وتدفعه إلى محاولة الكشف عن جوانبها وتفسير العوامل المؤدية لها والنتائج المترتبة عنها.

### ☞ هدف البحث:

الغرض من أي بحث هو تحقيق أهداف معينة. وبصفة عامة فإن البحث يهدف إلى تحقيق إضافة جديدة إلى مجال المعرفة القائم حول موضوع البحث، كما تساهم البحوث في مراجعة المعارف السابقة في ضوء الاكتشافات الجديدة.

### ☞ منهج البحث:

يقصد بالمنهج الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة، والمنهج هو مجموعة من القواعد العامة التي يجب الالتزام بها في دراسة أي موضوع\*. كما قد ينظر إلى عناصر أو أركان البحث على أنها تتكون من العناصر الثلاثة التالية: الشكل، المنهجية والموضوع، حيث يعني الشكل التنظيم الهيكلي للبحث، أي شكل البحث بأقسامه وصفحاته ابتداء من صفحة الغلاف إلى قائمة المراجع والملاحق<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> مدحت أبو النصر، مرجع سبق ذكره، ص ص 22، 23..

\* أنظر مناهج البحث العلمي ص ص 15-17 من هذا المحور.

<sup>2</sup> غازي عناية، البحث العلمي – منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية (بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه)، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص ص 104، 106.

### 3.1. أنواع البحث العلمي:

تنقسم البحوث العلمية بشكل عام إلى نوعين أساسيين هما: البحوث التطبيقية والبحاث النظرية<sup>1</sup>:

#### ☞ البحوث التطبيقية:

يهدف هذا النوع من البحوث إلى معالجة مشكلات قائمة لدى المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية، حيث يقوم الباحثون بتحديد واضح للمشكلات التي تعاني منها تلك المؤسسات مع التأكد من صحة أو دقة مسبباتها ميدانيا، وذلك من خلال استخدام أو اتباع منهجية علمية ذات خطوات بحثية متدرجة وصولا لمجموعة من الأسباب الفعلية نسبيا التي أدت إلى حدوث تلك المشكلات أو الظواهر مع اقتراح مجموعة من التوصيات العلمية التي يمكن أن يساهم في التخفيف من حدة هذه المشكلات أو معالجتها نهائيا.

#### ☞ البحوث النظرية:

بشكل عام لا يرتبط هذا النوع من البحوث بمشكلات آنية في حد ذاتها، حيث يتمثل الهدف الأساسي والمباشر منها في تطوير مضمون المعارف الأساسية المتاحة في مختلف حقول العلم والمعرفة الإنسانية.

كما يطلق على هذا النوع من البحوث أيضا البحوث الأساسية (Basic Research) أو البحوث المجردة (Pure Research) التي تهدف إلى إضافات علمية ومعرفية لدعم حياة المجتمعات الإنسانية من خلال وضع تصور للبناءات النظرية للظواهر الاجتماعية والإنسانية ذات العلاقة المباشرة بالنماذج المثالية، أو ما يجب أن تكون عليه المفاهيم من حيث اعتمادها على معايير أو مقاييس قابلة للقياس.

<sup>1</sup> عبيدات وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص 6، 7.

وتجدر الإشارة إلى أنه من الصعب الفصل بين هذين النوعين من البحوث (النظرية والتطبيقية) بالنظر للعلاقة التكاملية بينهما. فالبحوث التطبيقية غالبا ما تعتمد في بناء فرضياتها أو الأسئلة التي تحاول إيجاد إجابات لها على الأطر النظرية المتاحة في الأدبيات المنشورة، كما أن البحوث النظرية في الوقت نفسه تستفيد أيضا بشكل مباشر أو غير مباشر من نتائج تلك الدراسات التطبيقية من خلال إعادة النظر في منطلقاتها النظرية وملاءمتها مع الواقع.

ومن جانب آخر تعتبر كافة البحوث الهادفة إلى إيجاد حلول للمشكلات أو القضايا التي تعاني منها المؤسسات أو الشركات من البحوث التطبيقية، سواء تم تنفيذها على شكل بحوث أو دراسات وصفية أو استطلاعية أو ميدانية أو تجريبية أو مخبرية. كما تمثل بعض البحوث والدراسات التي تقوم بتنفيذها بعض مؤسسات البحث العلمي الرسمية تجسيدا مقبولا للبحوث النظرية الهادفة إلى إثراء المعرفة العلمية في الميادين الاجتماعية والإنسانية بالرغم لعدم معالجتها لمشكلات آنية<sup>1</sup>.

كما يمكن أن تنقسم البحوث العلمية حسب الاستعمال إلى الأنواع التالية<sup>2</sup>:

### المقالة:

وهي بحوث قصيرة يقوم بها الطالب الجامعي، خلال مرحلة الليسانس، بناء على طلب أساتذته في المواد المختلفة، وتسمى عادة بالمقالة أو البحوث الصفية نسبة إلى الصف (أي القسم). وتهدف إلى تدريب الطالب على تنظيم أفكاره، وعرضها بصورة سليمة، وعلى استخدام المكتبة ومصادرها، وتدريبه على الإخلاص والأمانة وتحمل المسؤولية في نقل المعلومات، وقد لا يتعدى حجم البحث عشر صفحات.

<sup>1</sup> عبيدات وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 7.

<sup>2</sup> ماتيو جيدير، مرجع سبق ذكره، ص ص 20-22.

## ❦ مشروع البحث:

ويسمى عادة " مذكرة التخرج " ، وهو يطلب في الغالب كأحد متطلبات التخرج بدرجة الليسانس، وهو من البحوث القصيرة، إلا أن أكثر تعمقا من المقالة، ويتطلب من الباحث مستوى فكريا أعلى ومقدرة أكبر على التحليل والمقارنة والنقد.وهنا يعمل الباحث مع أستاذه المشرف على تحديد إشكالية ضمن موضوع معين يختاره الطالب،

والغرض من مشروع البحث أو مذكرة التخرج هو تدريب الطالب على اختيار موضوع البحث، وتحديد الإشكالية التي سيتعامل معها، ووضع الاقتراحات اللازمة لها، واختيار الأدوات المناسبة للبحث، بالإضافة إلى تدريبه على طرق الترتيب والتفكير المنطقي السليم، فليس المقصود منه التوصل إلى ابتكارات جديدة أو إضافات مستحدثة. بل تنمية قدرات الطالب على التحكم في المعلومات ومصادر المعرفة في مجال معين والابتعاد عن السطحية في التفكير والنظر. ويندرج ضمن هذا النوع تقرير التريص الذي يقوم طلبة السنة الثالثة ليسانس بإعداده في السادسي الأخير من تكوينهم، ومذكرات التخرج التي يعدها طلبة الماجستير. وعلى خلاف مذكرات الماجستير التي تتطلب وصف وتفسير (*Description-Explication*) ظاهرة معينة أو موضوع معين، فإن الطالب في حال إعداد تقرير تريص هو مطالب فقط بالوصف (*Description*)، كالتعريف بنشاط أو وظيفة على مستوى مؤسسة معينة<sup>1</sup>.

## ❦ الرسالة:

الرسالة بحث يرقى في مفهومه عن المقالة أو مشروع البحث، ويعتبر أحد المتطلبات لنيل درجة علمية عالية عادة ما تكون درجة الماجستير. والهدف الأول منها هو أن يحصل الطالب على تجارب في البحث تحت إشراف أحد الأساتذة ليتمكنه ذلك من التحضير للدكتوراه. وتعتبر الرسالة امتحانا يعطي فكرة عن مواهب الطالب، ومدى صلاحيته للدكتوراه. وهي فرصة ليثبت الطالب سعة اطلاعه وعمق تفكيره وقوته في النقد، والتبصر فيما يصادفه من أمور.

<sup>1</sup> Jean Otemikongo Mandefu Yahisule, *La recherche scientifique en sciences sociales et humaines*, l'Harmattan, paris, 2018, p. 43.

وتتصف الرسالة بأنها بحث مبتكر أصيل في موضوع من الموضوعات، أو تحقيق مخطوطة من المخطوطات التي لم يسبق إليها. وتعالج الرسالة مشكلة يختارها الباحث ويحددها، ويضع افتراضاتها، ويسعى إلى التوصل إلى نتائج جديدة لم تعرف من قبل، ولهذا فالرسالة تحتاج إلى مدة زمنية طويلة نسبياً، قد تكون عاماً أو أكثر.

### ☞ الأطروحة:

الأطروحة هي بحث علمي أعلى درجة من الرسالة، وهي للحصول على درجة الدكتوراه، وقد يمتد الزمن بالباحث إلى ما يفوق الثلاث أو الأربع سنوات، وتعتمد رسالة الدكتوراه على مراجع أوسع، وتتطلب براعة في التحليل وتنظيم المادة العلمية، حيث يقوم الباحث باختيار موضوعه، وتحديد اشكاليته، ووضع فرضياته، وتحديد أدواته واختيار مناهجه، وذلك من أجل إضافة لبنة جديدة لبنان العلم والمعرفة.

وعلى خلاف غيرها من البحوث، يجب أن تتميز أطروحة الدكتوراه بالأصالة مع إبراز الإضافة الجديدة الذي يقدمها الباحث للمعرفة والعلم في مجال موضوع البحث<sup>1</sup>.

### 4.1. أهداف البحث العلمي:

لكل بحث علمي أهدافه الخاصة به التي تختلف حسب طبيعة الإشكالية المطروحة، وحسب طبيعة الموضوع المختار.

ويمكن إيجاز أهداف البحث العلمي على النحو التالي<sup>2</sup>:

- الوصول إلى أحسن حل للمشكلة المطروحة بطريقة منهجية سليمة:

<sup>1</sup> Paul N'Da, *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines: réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article*, l'Harmattan, paris, 2015, p. 28.

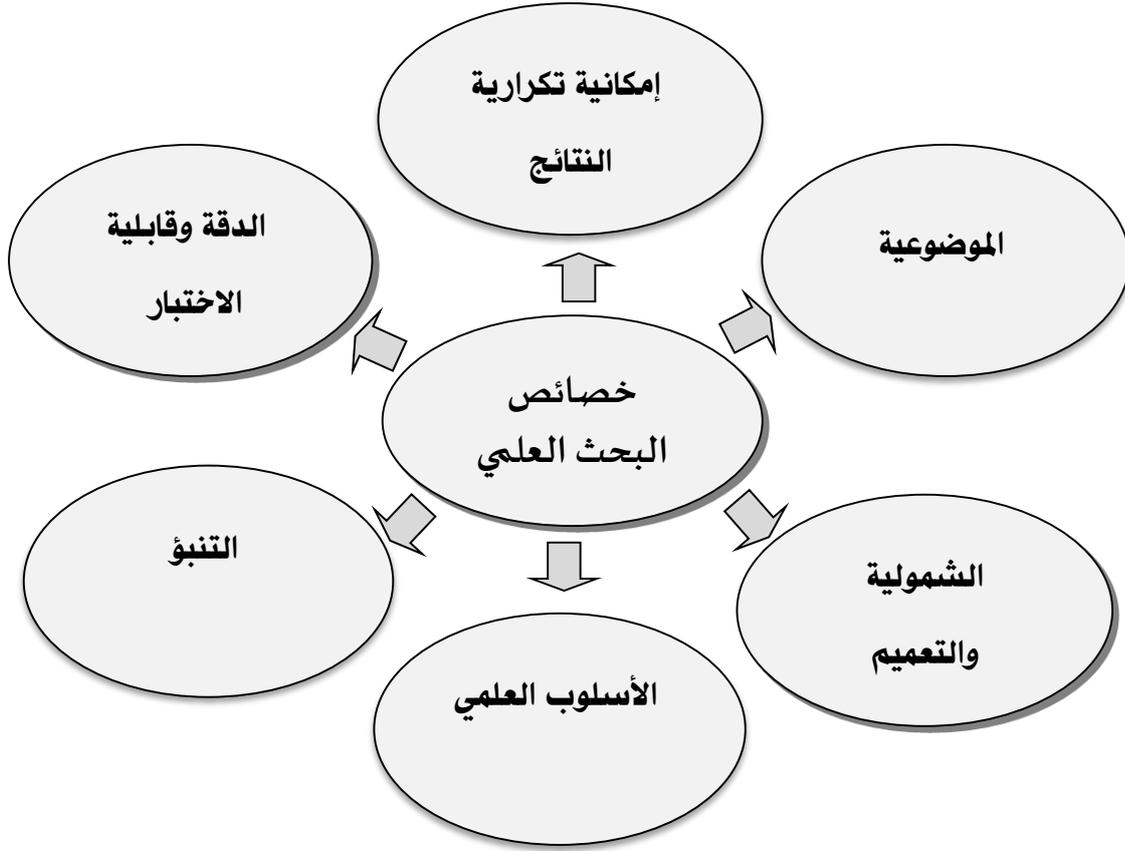
<sup>2</sup> محمود أحمد درويش، *مناهج البحث في العلوم الإنسانية*. مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص ص 29، 30.

- التعمق والفحص الجيد للمشكلة المطروحة وتحديد العلاقات بين مختلف متغيراتها؛
- الوصول إلى النتائج المرغوبة من وراء حل هذه المشكلة، ومحاولة تعميم هذه النتائج على الظواهر المماثلة؛
- الاعتماد على الوصف للوصول إلى ابتكارات وإبداعات جديدة، باعتبار أن الوصف المحدد لملامح وخصائص الظاهرة المدروسة هو جمع البيانات المتعلقة بالظاهرة وتصنيفها وترتيبها؛
- ربط الأسباب بالنتائج والمدخلات بالمخرجات، بحيث أن اكتشاف الظواهر والأسباب التي أدت إلى حدوثها يعتمد على التفسير والتحليل والمقارنة والربط بين العناصر المختلفة، للتوصل إلى معرفة الأسباب والوصول إلى طرح عدة تساؤلات؛
- بعد الوصول إلى النتائج المرغوبة، يهدف البحث العلمي بعد ذلك إلى محاولة التنبؤ بما سيكون عليه حدث معين في المستقبل؛
- التحكم في العوامل التي تحكم الظواهر والتي تؤدي إلى وقوعها أو منعها، ويعتبر التحكم أو الضبط أو السيطرة على الظواهر المدروسة الهدف النهائي للبحث العلمي، والذي سيعمل على زيادة قدرة الباحث بالتحكم في الظواهر وضبطها وتطويعها وتحديد العلاقات التي تربط بين الأشياء؛
- يهدف البحث العلمي إلى تحقيق التقدم والتطور والنمو المستمر للمؤسسات والمجتمعات والمحافظة على هذا التطور.

### 5.1. خصائص البحث العلمي:

يتصف البحث العلمي بمجموعة مترابطة من الخصائص البنائية كما هي موضحة في الشكل الموالي، والتي لا بد من توافرها حتى تتحقق الأهداف المرجوة.

## الشكل رقم: 1 . خصائص البحث العلمي



ويمكن عرض هذه الخصائص كما يلي<sup>1</sup>:

### الموضوعية:

يقصد بالموضوعية أن تكون كافة خطوات البحث قد تم تنفيذها بشكل موضوعي وليس شخصي متحيز، وبحيث يقوم الباحثون بتحليل المعلومات التي تم تجميعها ووضعها في تقرير نهائي يوضح ما تم تنفيذه وما تم التوصل إليه من نتائج بعيدا عن آرائهم الشخصية ودون اللجوء إلى تحريف أو تشويه النتائج لاعتبارات شخصية أو خدمة للإدارة. وهذا يحتم على الباحثين ألا

<sup>1</sup> يمكن الرجوع إلى:

- محمد أزهري سعيد السماك، طرق البحث العلمي – أسس وتطبيقات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص ص 24-26.
- عبيدات وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص 9-11.

يدعوا أي عوامل خارجية تؤثر على النتائج التي يمكن التوصل إليها بعد تنفيذ مختلف المراحل أو الخطوات المقررة للبحث العلمي.

### ☞ الشمولية والتعميم:

يجب مراعاة حجم المجتمع المدروس وحجم العينة المعتمدة ونوعها، وتحديد مسبقا بحيث تمثل بصدق حجم المجتمع "محور الدراسة" حتى يستطيع تعميم نتائجها بشكل شامل وهادف؛

### ☞ الأسلوب العلمي:

يشترط في البحث العلمي أن تتوافر فيه كافة الشروط من تحديد دقيق لمشكلة البحث، إلى تحديد فرضياته العلمية ودوافعه ومنهجه ووسائله وبياناته والمعلومات الأخرى ذات العلاقة انتهاء بتحديد النتائج وصياغتها. بحيث يخرج البحث كسلسلة مترابطة ومتكاملة الحلقات وبعبارات دقيقة ومعبرة غير قابلة للتأويل أو الجدل حتى يتسنى الاعتماد عليها في اتخاذ القرارات المناسبة؛

### ☞ الدقة وقابلية الاختبار:

وتعني هذه الخاصية بأن تكون الظاهرة أو المشكلة موضوع البحث العلمي قابلة للاختبار أو الفحص، فهناك بعض الظواهر التي يصعب إخضاعها للبحث أو الاختبار نظرا لسرية المعلومات المتعلقة بها على سبيل المثال. كما تعني هذه الخاصية بضرورة جمع المعلومات المناسبة من حيث النوعية والكمية التي يمكن الوثوق بها، والتي تساعد الباحثين من اختبارها إحصائيا وتحليل نتائجها بطرق علمية منطقية، وذلك للتأكد من مدى صحة أو عدم صحة الفرضيات التي تم وضعها للاختبار، بهدف تعرف مختلف أبعاد أو أسباب مشكلة البحث العلمي الذي يجري تنفيذه وصولا لبعض الاقتراحات أو التوصيات التي تساعد في حل مشكلة البحث.

### ☞ التنبؤ:

ويعني استخدام نتائج البحث لاحقا في التنبؤ بحالات ومواقف مشابهة. فنتائج البحث العلمي قد لا تقتصر مجالات الاستفادة منها واستخدامها على معالجة مشكلة آنية، بل قد تمتد إلى التنبؤ بالعديد من الظواهر والحالات قبل وقوعها. وقد ساهم استخدام الأساليب الإحصائية في الدراسات الاجتماعية في تفسير الظواهر الاجتماعية بما يساعد على التخطيط لها واتخاذ القرارات المناسبة بشأنها.

### ☞ إمكانية تكرارية النتائج:

وتعني هذه الخاصية أنه يمكن الحصول على النتائج نفسها تقريبا بإتباع نفس خطوات البحث العلمي، وتحت الشروط والظروف الموضوعية والشكلية المشابهة، ذلك أن الحصول على نفس النتائج يعمق الثقة في دقة الإجراءات التي تم اتخاذها لتحديد مشكلة البحث العلمي وأهدافه من جهة، والمنهجية والأسس المطبقة من جهة أخرى. كما تثبت هذه الخاصية أيضا صحة البناء النظري والتطبيقي للبحث العلمي موضوع الاهتمام ومشروعيته.

## 6.1. مناهج البحث العلمي:

المنهج العلمي للبحث هو الطريقة أو الإجراءات التي يستخدمها الباحث لتتبع مشكلة معينة ودراستها بصورة معمقة.

ويوجد أنواع كثيرة من مناهج البحث العلمي (كما هي موضحة في الشكل رقم: 2)، ولكل منها خصائص تميزه عن غيره. وقد وضعت كثير من التصنيفات الأساسية والفرعية لمناهج البحث العلمي، وجميعها ذات علاقة، والشائع هو استخدام الباحث لأكثر من منهج؛ كي يخرج البحث بالقيمة الإيجابية المرجوة.

## الشكل رقم: 2. مناهج البحث العلمي



وفيما يلي عرض لأهم هذه المناهج<sup>1</sup>:

### المنهج الوصفي:

يأتي المنهج الوصفي في طليعة مناهج البحث العلمي المستخدمة لتفصيل الدراسات البحثية، ومن النادر أن نجد بحثًا يخلو من المنهج الوصفي؛ سواء استُخدم بشكل أصيل، أو بالتداخل والتشارك مع منهج علمي آخر، ويحضرني في ذلك سؤال شهير متداول بين بني البشر، وهو: ماذا رأيت؟ أو ماذا شاهدت؟ والإجابة ستمثل في وصف لأحداث، وبالمثل فإن المنهج الوصفي في صورته العلمية يتمثل في مشاهدة ظاهرة على صورتها بالطبيعة، ومن ثم استحضار الحواس الإنسانية، والعمل على وضع إطار وصفي لها، ثم تجميع المعلومات حولها، والتعرف على أسباب الحدوث، وفي ضوء ذلك يضع الباحث نتائجه.

<sup>1</sup> مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحث، موقع مبعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية، اطلع عليه بتاريخ: 2021/12/04. رابط الموقع:

<https://mobt3ath.com/dets.php?page=548&title=مناهج%20البحث%20العلمي%20وطرق%20إعداده%20البحث>

### ☞ المنهج التحليلي:

يُعتبر البعض المنهج التحليلي أحد مناهج البحث العلمي الفرعية، وهو بمثابة مُكمل هام لغيره من المناهج، وفي ذلك نجد المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج الاستقرائي التحليلي، والمنهج المقارن التحليلي... إلخ، ويتألف ذلك المنهج من عناصر ثلاثة، وهي تفكيك المشكلة لجزئيات، ثم التقويم والنقد لكل جزء بصفة مستقلة، وفي النهاية التركيب والاستنتاج العلمي.

### ☞ المنهج التجريبي:

يُعد المنهج التجريبي من أكثر مناهج البحث العلمي منطقية، فهو يعتمد بصفة أصيلة على الخروج بنتائج رقمية، تساعد في دعم توجه معين، وهو أقل أنواع المناهج المتقدمة من جانب الخبراء، ويتناسب ذلك مع تنفيذ الأبحاث الطبيعية مثل الرياضيات، والكيمياء، والفلك، والفيزياء.. إلخ.

ويتضمن المنهج التجريبي إجراءات متنوعة؛ حيث يبدأ الباحث بملاحظة الظاهرة، واستخلاص المتغيرات التي تؤثر فيها، وصياغة فرضيات البحث، ثم الانتقال إلى مرحلة التجريب العلمي، والتعرف على تأثير المتغيرات المستقلة في التابعة، ونهاية يتم وضع استنتاجات البحث.

### ☞ المنهج المقارن:

ويستخدم الباحثون المنهج المقارن في المجال القانوني والشرعي والاجتماعي بكثرة، وهو يهدف إلى عقد مقارنة موضوعية بين ظاهرتين في مكانين مختلفين، وعن طريقة يمكن مطالعة ما توصل إليه الآخرون من معارف في دول أخرى، وتطويع ذلك، وبما يناسب الظروف المحلية.

### ☞ المنهج التاريخي (الاستدلالي):

تحمل المؤلفات والكتب الدراسية السابق طرحها كثير من المعلومات حول الموضوعات العلمية؛ فهي تمثل ذخيرة مهمة للباحثين، وبها يستطيع الباحث أن يجد ضالته، ويستخرج

الدرر على حسب الموضوع المثار، ومن ثم يستبعد المعلومات الخاطئة، وينظم المعلومات الصحيحة، ويطوعها لخدمة بحثه.

وعمداد المنهج التاريخي (الاستدلالي) قيام الباحث بالنقد المعلوماتي، وتكوين صورة نهائية تحل إشكالية البحث، وذلك في ضوء الأسئلة أو الفرضيات التي يضعها في بداية البحث أو الرسالة العلمية.

### ☞ المنهج الاستقرائي:

يحتل المنهج الاستقرائي مكانة كبيرة بين مناهج البحث العلمي، فهو منهج مُؤصل منذ القدم، وفي طبيعة من استخدمه كل من الفيلسوفين "أرسطو" و"أفلاطون"، كما استخدمه كثير من علماء العرب والمسلمين، وفي حقبة زمنية مختلفة.

ويعتبر المنهج الاستقرائي ذا أهمية كبيرة لدراسة أنواع مختلفة من الأبحاث سواء الاجتماعية أو الطبيعية، وهو بمثابة استدلال يبدأ من دراسة الجزء ثم التعميم على الكل، ويعتمد على الشك والملاحظة الذهنية، واستخدام المنطق، ومن أنواعه: المنهج الاستقرائي التام، والمنهج الاستقرائي الناقص، وللباحث أن يختار طريقة الاستقراء المناسبة لموضوعه البحثي.

### ☞ مناهج علمية أخرى:

وضع علماء الأبحاث عديداً من مناهج البحث العلمي الأخرى، تضاف إلى ما سبق تفصيله مثل: المنهج الاستنباطي، والذي يعد بمثابة الوجه المعاكس للمنهج الاستقرائي، ومنهج المسح الاجتماعي، ومنهج دراسة الحالة الواحدة، والمنهج الفلسفي، والمنهج التركيبي، والمنهج الموضوعي.

## 2. مفهوم وأهداف إعداد تقرير التربص:

قبل التعرف على مفهوم تقرير التربص، نستعرض أولاً مفهوم التربص بشكل عام.

### 1.2. مفهوم التربص:

التربص هو فترة زمنية عملية يقضيها الطالب المقبل على التخرج في إحدى المؤسسات التي قد يختارها بنفسه أو يتم توجيهه إليها من طرف الإدارة، لغرض اكتساب مهارات وخبرات في مجال معين.

والتربص يساعد الطالب على الربط بين المعارف النظرية التي اكتسبها من خلال سنوات الدراسة في الجامعة، والواقع العملي في المؤسسة، من خلال اكتشاف إجراءات العمل في المؤسسة واكتساب خبرة أولية تساعده لدخول عالم الشغل مستقبلاً.

### 2.2. مفهوم تقرير التربص:

تقرير التربص هو وثيقة تصف إحدى وظائف المؤسسة أو أنشطتها، ويتم فيها تطبيق معلومات نظرية وتطبيقية مكتسبة خلال فترة التكوين الجامعي، وهو حوصلة لما قام به الطالب أثناء فترة التربص في المؤسسة، بحيث يختتم بتحرير تقرير شامل وفق أطر علمية عن مختلف مراحل التربص الميداني التي قضاها المتربص داخل المؤسسة المستقبلة.

تتراوح عدد صفحات تقرير التربص بين 30 و 50 صفحة، ويتطلب إعداد تقرير التربص التقيد بقواعد المنهجية العلمية.

### 3.2. أهداف إعداد تقرير التربص:

يعتبر الهدف الرئيسي من إعداد تقرير التربص هو تمكين الطالب من إسقاط المفاهيم النظرية التي تلقاها خلال فترة الدراسة لاكتساب معارف تطبيقية عملية من خلال زيارة مؤسسة معينة ودراسة إحدى الوظائف التي تقوم بها من خلال وصف وتحليل هذه الوظيفة أو

النشاط وتقديم بعض الاقتراحات للمشاكل أو النقائص التي تم ملاحظتها من خلال الدراسة والملاحظة.

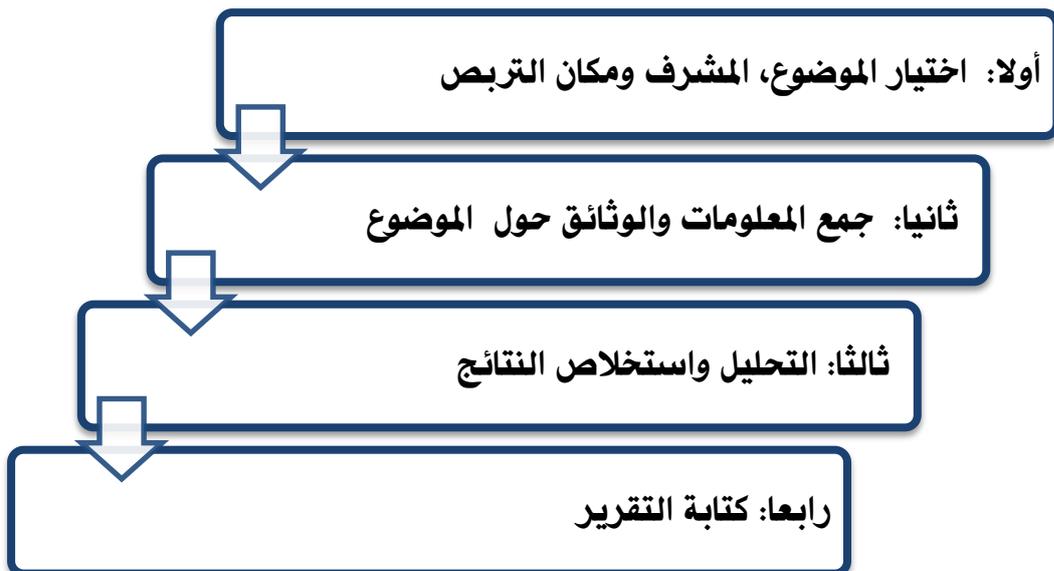
ويمكن تلخيص أهداف إعداد تقرير التبرص في النقاط التالية:

- ✍ التعرف على مؤسسة التبرص، هيكلتها ونشاطها؛
- ✍ التعرف على إحدى وظائف مؤسسة التبرص؛
- ✍ التعرف على التقنيات والإجراءات المستخدمة في الوظيفة؛
- ✍ تحديد المشكلة بالمصلحة أو الوظيفة محل التبرص واقتراح الحلول لها؛
- ✍ تنمية القدرة على جمع وتلخيص وتحليل المعلومات المحصل عليها.

### 3. مراحل إعداد تقرير التبرص:

يتطلب إعداد أي بحث علمي عددا من المراحل أو الخطوات لإخراجه في شكله النهائي، ويمكن تلخيص مراحل إعداد تقرير التبرص كما هي موضحة في الشكل التالي:

#### الشكل رقم: 3. مراحل إعداد تقرير التبرص



وفيما يلي شرح لمختلف هذه المراحل.

### 1.3. اختيار الموضوع، المشرف ومكان التبرص:

يعتبر اختيار هذه العناصر الثلاثة (الموضوع، المشرف ومكان التبرص) أهم خطوة يقوم بها الطالب لإعداد بحثه. ولا يوجد قاعدة عامة لتحديد أي هذه العناصر يجب اختيارها أولاً، وإنما يختلف الأمر من طالب لآخر. فقد يلجأ طالب مثلاً إلى الاتصال بالمشرف ليقتراح عليه موضوعاً أو مجموعة مواضيع، ليبدأ بعدها في البحث عن مؤسسة أو مكان لإجراء التبرص، كما قد تكون لطالب آخر رؤية واضحة ومحددة عن موضوع البحث ومكان التبرص، ثم يقوم بعدها باختيار المشرف، وبعض الطلاب يكون لديهم الموافقة المسبقة من مؤسسة ما لإجراء التبرص، ويبقى عليهم اختيار الموضوع والمشرف.

وفي كل الأحوال وفي ظل عدم وجود اتفاقيات بين الجامعة والمؤسسات لاستقبال الطلبة المتربرصين، وما يرافق ذلك من إجراءات ومجهودات يبذلها الطلبة لقبولهم في إحدى المؤسسات، يفضل أن تحدد قائمة متنوعة من المواضيع ذات العلاقة بالتخصص، حتى تكون مرونة أكبر في التفاوض مع إدارات المؤسسات وإقناعهم بأحد هذه المواضيع. نستعرض فيما يلي بعض الشروط والخصائص المرتبطة باختيار الموضوع، المشرف والمؤسسة المستقبلة أو مكان التبرص.

#### ☞ اختيار الموضوع:

- بشكل عام هناك ثلاثة طرق متاحة للطلاب لاختيار موضوع بحثه<sup>1</sup>:
- أن يقترح عليه الأستاذ المشرف موضوعاً عاماً ليدرس منه جانباً معيناً؛
- يقترح عليه الأستاذ المشرف قائمة من الموضوعات القابلة للبحث، وبحيث يكون عليه اختيار أحد هذه المواضيع؛

1 مبادئ اختيار موضوع البحث العلمي، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، نشر بتاريخ: 25 سبتمبر 2019، اطلع عليه بتاريخ: 2021/11/30، رابط الموقع:

<https://ajsrp.com/مبادئ-اختيار-موضوع-البحث/>

- أن يترك له الأستاذ المشرف حرية اختيار موضوع البحث الذي يريد، وعليه فقط الحصول على موافقة الأستاذ ثم يبدأ في بحثه الذي اختاره. ومن أبرز العوامل التي تساعد في اختيار موضوع البحث العلمي المناسب ما يلي<sup>1</sup>:

#### ✓ الميول الشخصية أو الاهتمام الشخصي:

ويقصد بها اتفاق موضوع البحث مع ميول ورغبات الباحث وتخصصه. وتعد الميول الشخصية من أهم أسباب اختيار موضوع البحث العلمي، حيث إن جميع الطلاب والدارسين، يتخصصون في مجال معين، لذا ينبغي أن يكون الدافع في اختيار موضوع البحث هو التخصص، ومن هذا المنطلق فإن الميول الشخصية النابعة من مجال تخصص الباحث أو الطالب تعتبر أساس اختيار موضوع البحث العلمي، ويجب أن يولي لها الباحث العلمي الأهمية؛ لخروج البحث بالفائدة المرجوة منه.

#### ✓ الوقت الزمني للبحث:

في الغالب تُلزم الجامعات الباحثين أو الطلاب بوقت معين من أجل إعداد البحث العلمي، لذا ينبغي على الباحث أو الطالب اختيار موضوع البحث الذي يتناسب مع الوقت الزمني المحدد، حتى لا يحدث أي تأخير عن الموعد المحدد، بالإضافة إلى تدوين جميع الجوانب المتعلقة بالموضوع دون إغفال لأي منها.

#### 1 يمكن الرجوع إلى:

- متولي النقيب، مهارات البحث عن المعلومات وإعداد البحوث في البيئة الرقمية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص 64.
- كيفية اختيار موضوع البحث العلمي، موقع مبعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية، اطلع عليه بتاريخ: 2021/11/30، رابط الموقع: <https://mobt3ath.com/dets...> كيفية 20% اختيار 20% موضوع 20% البحث 20% العلمي
- رشدي القواسمة، جمال أبو الرز، مفيد أبو موسى، صابر أبو طالب، مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة، عمان، 2012، ص ص 72-75.

على سبيل المثال لا يمكن لطالب تسويق في طور ليسانس أن يختار موضوعا حول تأثير استراتيجيات الترويج بمؤسسة معينة على سلوك العملاء، ذلك لأن مثل هذه الدراسات الميدانية تستدعي وقتاً لإعداد الاستبانات وتوزيعها على العملاء، ثم جمع الإجابات وتحليلها للخروج بالنتائج. وإن كانت هذه المواضيع غير مستحيلة الدراسة، إلا أنها تتطلب من الباحث أو الطالب مجهوداً ووقتها قد يجعله في ضغط من حيث العمل المطلوب والوقت المحدد.

### ✓ توافر المصادر والمؤلفات:

وهي جانب مهم من أجل اختيار موضوع البحث العلمي، حيث تعد المصادر والمؤلفات طريق الباحث العلمي؛ من أجل الحصول على المعلومات التي سوف تفيده في خطوات البحث العلمي، ومن المهم توافر مصادر معلومات البحث بأشكالها المختلفة، بالإضافة إلى المعلومات الشخصية التي يمتلكها الباحث، بما يسمح بدراسة الموضوع والوصول إلا النتائج المنتظرة من البحث.

### ✓ الدراسات الميدانية:

تعد سهولة القيام بالدراسات الميدانية أحد أسباب اختيار موضوع البحث، وبشكل خاص تقرير التربص. فكما سبقت الإشارة إليه، يفضل أن يكون لدى الطالب عدة مواضيع مقترحة، حتى يتم اختيار الموضوع النهائي بالاتفاق مع المؤسسة ووفق أهدافها وإمكانياتها.

وفي هذا الإطار نشير إلى أنه لا يجب أن يقتصر تفكير الطالب في البحث عن المؤسسات المعروفة، والتي يتزايد الطلب عليها وبالتالي تقل الحظوظ في الحصول على الموافقة بإجراء التربص فيها، وبالمقابل فإنه يوجد العديد من المؤسسات التي يمكن العمل فيها كمعاهد ومدارس التكوين، العيادات الصحية، كما يمكن استغلال مصالِح وأقسام الجامعة كالمطعم الجامعي أو مركز الخدمات الجامعية بالنسبة لطلبة التسويق وتسويق الخدمات على وجه التحديد، خاصة مع تزايد الاهتمام بمفهوم التسويق العمومي أو تسويق الخدمات العمومية.

### ✓ حداثة الموضوع:

بشكل عام من المهم اختيار موضوع البحث العلمي الذي يتميز بتقديم الجديد، إلا أنه بالنظر لطبيعة تقرير التربص و باعتباره شكلا خاصا من البحوث الأكاديمية، حيث يتمثل

الهدف الرئيسي من إعدادده في اكتساب بعض المعارف التطبيقية من خلال دراسة حالة مؤسسة أو وظيفة محددة وإسقاط المفاهيم النظرية التي تلقاها الطالب خلال فترة دراسته، فمن الطبيعي أن يكون الطابع الغالب لهذه التقارير هو تشابه المواضيع المقترحة، وإن كان هناك دائما استثناءات ومجالات جديدة للبحث والدراسة، كمجال تسويق الخدمات العمومية حيث يمكن دراسة أبعاد جودة الخدمة في إحدى المؤسسات أو المصالح العمومية بما فيها مصالح الجامعة كما سبقت الإشارة إليه في العنصر السابق، وأيضا مع تطور استخدام الانترنت وتكنولوجيا المعلومات وما نتج عنه من ظهور وابتكار وظائف ومواضيع جديدة في تخصصات التسويق والتجارة الدولية، كالتجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني، والتسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ووظيفة مدير المجتمع وغيرها.

وحتى بالنسبة للمواضيع التي تم تناولها بإمكان الطالب إضفاء جانب من التجديد والحدثة عليها، كالتفصيل في أحد أجزاء موضوع تم دراسته من قبل.

فمثلا بدل دراسة موضوع استراتيجية الترويج بمؤسسة ما، يمكن التفصيل في أحد عناصر المزيج الترويجي كالتسويق المباشر أو العلاقات العامة، وهكذا، أو مثلا بدل دراسة وظيفة أو استراتيجية التوزيع في المؤسسة يمكن التفصيل مثلا في أحد جوانبها كمؤسسات تجارة الجملة أو التجزئة التابعة لشركة ما، أو المراكز التجارية، أو النقل البحري والخدمات اللوجستية، وغيرها.

### ✓ إطار أو حدود الموضوع:

يجب ألا يكون الموضوع عاما بحيث يصعب على الباحث أو الطالب أن يجمع كل المعلومات المتعلقة به، وألا يكون الموضوع ضيقا بحيث لا يجد معلومات كافية حوله. فمثلا يفضل عدم صياغة الموضوع بالشكل: التسويق بالمؤسسة، وإنما يتم تحديد وظيفة أو جانب من جوانب التسويق كالتوزيع، أو الترويج وغيرها، وبنفس الطريقة لا يتم تعريف موضع البحث مثلا حول التجارة الخارجية، وإنما يحدد جانب محدد كتمويل عمليات التجارة الخارجية بالاعتماد المستندي.

ومن جانب آخر لا يجب تحديد الموضوع ضمن إطار ضيق، مثل دراسة أسعار المنتوجات الجديدة المقدمة من طرف مؤسسة ما، أو العوامل المؤثرة على تحديد أسعار المنتجات بمؤسسة ما، وإنما يتم تناول موضوع استراتيجية تسعير المنتجات الجديدة.

وفيما يلي قائمة ببعض مواضيع تقارير التربص الخاصة بتخصصات العلوم التجارية، منها ما تم إنجازه من طرف الطلبة بالإضافة إلى مواضيع جديدة مقترحة.

### الجدول رقم: 1. قائمة ببعض المواضيع المقترحة لتقرير التربص لتخصصات العلوم التجارية

الموضوع	الرقم
ترويج المنتجات / الخدمات في مؤسسة ...	01
الترويج في المؤسسة الوطنية للنقل البحري للمسافرين	02
تحليل أبعاد جودة الخدمة في مؤسسة ...	03
التسويق الإلكتروني بمؤسسة ...	04
ترويج الخدمات التعليمية	05
استراتيجية التوزيع في مؤسسة ...	06
توزيع الخدمات - دراسة حالة المطعم الجامعي	07
إدارة العلاقات مع الزبائن في مؤسسة ...	08
التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مؤسسة ...	09
استراتيجية التسعير في مؤسسة ...	10
تسعير الخدمات الجديدة في مؤسسة ...	11

ترويج المنتجات الجديدة بمؤسسة ...	12
تقييم جودة الخدمات بمديرية الخدمات الجامعية لولاية بومرداس	13
تقييم جودة الخدمات الجامعية (دراسة حالة المطعم الجامعي)	14
تقييم جودة الخدمات الصحية (دراسة حالة مستشفى/عيادة خاصة ...)	15
تقييم جودة الخدمة في مؤسسة النقل الحضري وشبه الحضري ETUSA	16
تحليل أبعاد جودة الخدمة في مؤسسة النقل بالسكك الحديدية SNTF	17
تسويق الخدمات العمومية (دراسة حالة بلدية / دائرة ...)	18
تسويق الخدمات الصحية بالمؤسسات الإستشفائية – دراسة حالة: ...	19
التسويق الإلكتروني للخدمات التعليمية . دراسة حالة معهد/ مدرسة ....	20
التسويق الإلكتروني للخدمات السياحية ( دراسة حالة وكالة سياحية)	21
المزيج التسويقي للخدمات التعليمية (دراسة حالة معهد تكوين، ....)	22
تمويل عملية الاستيراد عن طريق الاعتماد المستندي	23
وسائل الدفع الإلكترونية دراسة حالة بنك ...	24
إدارة الإمداد بمؤسسة ...	25
التسويق الدولي للمنتجات بمؤسسة ...	26

### ☞ اختيار الأستاذ المشرف:

من بين الأمور المهمة التي تقلق الباحث أو الطالب هو كيفية اختيار المشرف الذي يقوم بإرشاد الطالب وتوجيهه لإعداد بحثه أو تقرير التبرص الخاص به بطريقة صحيحة ووفق منهجية سليمة.

### • سمات المشرف الجيد:

توجد جملة من النقاط التي ينبغي على الطالب مراعاتها عند اختيار المشرف يمكن تلخيصها كما يلي<sup>1</sup>:

❖ يفترض في اختيار الأستاذ المشرف أن يراعى الاختصاص، فيفضل أن يكون مختصاً بالموضوع أو قريباً منه؛ لأن الأستاذ المشرف حينما يكون مختصاً سوف تكون لديه رؤية واضحة عن الموضوع من جهة ومن جهة أخرى يكون مطلعاً على أغلب المصادر المتعلقة بالموضوع.

❖ يفترض أن يكون هناك تفاهم وتقارب بين الباحث وأستاذه المشرف؛ لأن لهذا التفاهم والتقارب أهمية تصب في مصلحة الطالب، فلا يمكن تصور اتفاق حول الخطوط العامة لمنهجية البحث في ظل غياب الانسجام والتعاون بين الطالب وأستاذه المشرف.

❖ إجادة التعامل مع تكنولوجيا المعلومات لتسهيل عملية التواصل مع الطالب من خلال المراسلات الإلكترونية لمتابعة الطالب وتوجيهه في كافة مراحل إعداد الدراسة وتوجيهه لحظة بلحظة.

### • مهام الأستاذ المشرف:

وبعد اختيار المشرف، توجد بعض المهام أو الأمور الأساسية المتوقعة من المشرف القيام بها<sup>2</sup>:

#### ✓ الإرشاد والتوجيه:

مهمة المشرف الأساسية هي الإرشاد والتوجيه. لكن، يعتقد بعض الطلاب أنه على المشرف القيام بكامل المهام من اختيار موضوع البحث، وتحديد مشكلة البحث، وإيجاد الحل

<sup>1</sup> سلسلة إصدارات مركز البيان للدراسات والتخطيط، خطوات كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، العراق، العدد 13، 2017، ص 12.

<sup>2</sup> المنارة للاستشارات، سمات المشرف الأكاديمي الجيد، تاريخ الاطلاع: 2021/11/29، الرابط:

<https://www.manaraa.com/post/3658/> سمات-المشرف-الأكاديمي-الجيد-

لجميع المشكلات المتعلقة بالبحث التي قد تواجههم، واتخاذ جميع القرارات المتعلقة بالبحث، وهذا اعتقاد خاطئ لأنه إذا قام بهذه الأشياء كلها فسيكون الطالب هو المتضرر الوحيد لأنه لم يمر بتجربة البحث العلمي بكامل إيجابياتها وسلبياتها وضغوطاتها ولم يطور مهاراته وثقته بنفسه لكي يعمل بشكل مستقل مستقبلاً.

قد تشكل هذه النقطة بحد ذاتها نقطة خلاف بين بعض الطلاب والمشرفين، لأن بعض الطلاب يعتقد أنه يجب على المشرف التفكير عوضاً عنهم أو أن يعلمهم على بعض الأمور الخاصة بالبحث كتدريهم على البرامج أو التقنيات اللازمة للبحث. عندما يعطي المشرف مساحة للطلاب للتفكير واتخاذ القرار والاعتماد على نفسه يعتبر الطالب هذا تقصير من المشرف! وهذا غير صحيح لأن مهمة المشرف الأساسية هي التوجيه والإرشاد فقط.

#### ✓ تخصيص الوقت:

يجب على المشرف تخصيص جزء كاف من وقته لمقابلة الطالب للاضطلاع على سير العمل وتقديمه في البحث والتعرف على المشاكل التي قد تواجهه. إذا لم يخصص لك المشرف جزء من وقته فلا بد أن تناقشه بالأمر وأن توضح له بلباقة أنك بحاجة إلى آراءه وتطلب منه تخصيص جزء من الوقت ليساعدك في عملية التقدم في بحثك وتجاوز بعض العقبات والنقاش في بعض الأفكار.

#### ✓ متابعة الطالب وتصحيح المسار:

يجب على المشرف متابعة الطالب بحيث لا يخرج عن المسار المحدد للبحث. إذا خرج الطالب عن المسار المحدد للبحث فيجب على المشرف تنبيه الطالب للعودة إلى المسار الصحيح.

#### ✓ تشجيع وتحفيز الطالب:

يجب على المشرف تشجيع الطالب وتحفيزه لكي ينتهي من بحثه ضمن المدة المحددة له، من خلال المساعدة في تأمين بعض الموارد المتاحة له (توفير الموارد المالية المتاحة من القسم العلمي، أو تأمين بعض البرامج والتجهيزات اللازمة للبحث).

### ☞ اختيار مكان التبرص:

يعتبر اختيار مكان التبرص أحد العناصر المهمة إعداد تقرير التبرص إن لم يكن أهمها، ذلك أنه في حال عدم وجود مكان للتبرص لا مجال للحديث عن تقرير التبرص، كما أنه في أحيان كثيرة يتم التحديد النهائي لموضوع البحث وفقا لقرار المؤسسة التي سيجري فيها الطلاب تبرصهم.

وفي حين يتم اقتراح الموضوع أو المواضيع من طرف المؤسسة على الطالب حتى يقوم بمناقشتها مع الأستاذ المشرف وقبول أو اختيار أحدها، فإن مؤسسات أخرى تترك الخيار للطالب حتى يقدم الموضوع الذي يرغب في العمل فيه، وهنا ينصح أن يكون لدى الطلاب اطلاع عن مواضيع البحث التي تم إجراؤها أو يمكن البحث فيها، فضلا عن ضرورة تمتعهم بالمرونة في اقتراح واختيار موضوع البحث، وبحيث تكون لديهم قائمة متنوعة من المواضيع في التخصص تعرض على المؤسسة لاتفاق على موضوع البحث أو التقرير.

### 2.3. جمع المعلومات والوثائق حول الموضوع:

في هذه المرحلة يقوم الباحث أو الطالب بجمع المعلومات اللازمة لإنجاز بحثه. ويمكن تقسيم مصادر الحصول على البيانات والمعلومات إلى نوعين هما<sup>1</sup>:

#### ☞ المصادر الأولية:

حيث تؤخذ البيانات في هذه الحالة من الشخص أو الجهة الموجود عندها البيانات أصلا، فمثلا إذا كانت الغاية من البحث التعرف على شعور العاملين في مؤسسة، أو معرفة آراء المستهلكين تجاه منتج معين، فقد يتم هنا الرجوع مباشرة للعاملين أو المستهلكين والحصول منهم مباشرة على المعلومات التي يتطلّبها البحث.

<sup>1</sup> عبيدات وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 53.

### المصادر الثانوية أو الجاهزة:

- وهنا تكون البيانات اللازمة للبحث مجمعة وجاهزة، بحيث يكون على الباحث تحليلها واستخلاص النتائج اللازمة. وقد تكون هذه البيانات منشورة أو غير منشورة. وهناك العديد من المصادر التي يمكن من خلالها الحصول على البيانات من أهمها<sup>1</sup>:
- البيانات المالية والإحصاءات التي تنشرها الحكومات أو مؤسساتها، مثل وزارة المالية ودائرة الإحصاءات العامة والجمارك وغيرها.
  - ما تم نشره حول الموضوع في الدراسات السابقة سواء كان ذلك على شكل أبحاث أو رسائل جامعية أو كتب.
  - التقارير المالية التي تصدرها الأسواق المالية والشركات.
  - كما تتيح مواقع الانترنت العديد من المعلومات سواء كانت في شكل مقالات، كتب، دراسات وأبحاث وتقارير وغيرها.
  - وقد يحتاج الباحث في دراسته للحصول على البيانات اللازمة للدراسة إما على المصادر الأولية أو المصادر الثانوية أو الإثنيين معا<sup>2</sup>.

### 3.3. التحليل واستخلاص النتائج:

بعد جمع البيانات اللازمة للبحث، تأتي مرحلة التحليل واستخلاص النتائج، حيث يقوم الطالب بقراءة المصادر والمراجع التي تم الحصول عليها وتلخيصها باتباع الخطة التي وضعها، ووفق الأهداف المحددة للبحث، حيث يتم استخلاص المفاهيم ذات الصلة بموضوع البحث وتدوينها لإعداد الجانب النظري من البحث، مع الحرص على كتابة المراجع التي تم أخذها منها لتسهيل كتابة التقرير، وبحيث لا يضطر إلى البحث عنها عند الانتقال إلى مرحلة كتابة التقرير.

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص ص 53، 54.

<sup>2</sup> للتفصيل في الفروقات بين البيانات الأولية والثانوية يمكن الرجوع إلى:

Public Health Research Guide: *Primary & Secondary Data Definitions*, Retrieved from: <https://researchguides.ben.edu/c.php?g=282050&p=4036581> (Consulted on : 24/01/2022).

أما بالنسبة للجانب التطبيقي، فيتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها من المؤسسة أو مكان التبرص، سواء عن طريق إجراء مقابلات مع موظفي أو إدارات المؤسسة، أو عن طريق استبيانات تم توزيعها عليهم، أو في شكل تقارير وإحصائيات مقدمة من طرف المؤسسة، وذلك باستخلاص المعلومات المهمة منها والتي لها علاقة بموضوع البحث أو التقرير، والعمل على تلخيصها وحوصلتها بحيث تقدم صورة شاملة عن الوظيفة أو النشاط موضوع البحث. فمثلا إذا كان موضوع تقرير التبرص حول استراتيجية توزيع المنتجات في مؤسسة ما، بعد جمع المفاهيم النظرية حول هذا الموضوع، والتعريف بالمؤسسة محل الدراسة (مهامها، أهدافها، تنظيمها،...) يتم التعريف بالطرق والقنوات التي تستخدمها المؤسسة في توزيع منتجاتها، وقد تتوفر في الوثائق والتقارير المتحصل عليها معلومات إضافية كالوضعية المالية للمؤسسة، إلا أنه لا يجب إدراجها في البحث أو التقرير، وإنما التقييد بخطة البحث التي تم إعدادها بناء على الإشكالية والأهداف التي تم وضعها.

وبعد تحليل المعلومات، يتم استخلاص النتائج، والتي تكون في الغالب تشخيصا لوضعية المؤسسة أو الوظيفة المدروسة، نقاط القوة، ونقاط الضعف أو النقص التي يمكن أن تكون قد لوحظت أثناء الدراسة، حيث يقوم الطالب بتقديم بعض الاقتراحات لتحسين أداؤها، أو لفت الانتباه للنقاط الإيجابية التي يكون قد لاحظها لتشجيع المؤسسات الأخرى على تطبيقها والاقتداء بها.

### 4.3. كتابة التقرير:

تعتبر كتابة التقرير آخر مرحلة من مراحل إعداد تقرير التبرص، وهي تتضمن حوصلة ما تم جمعه من معلومات نظرية وتطبيقية وتقديمها ضمن إطار غالبا من يكون محددا من طرف الجامعة التي يقدم إليها البحث، حيث يجب على الطالب احترام بعض الشروط والقواعد الشكلية بدءا بالصفحة الأولى أو صفحة العنوان إلى آخر صفحة من البحث أو التقرير\*.

\* سيتم التفصيل في كتاب التقرير في المحور الثالث من هذه المطبوعة ضمن: تحرير مضمون البحث.

## المحور الثاني: مقدمة البحث وخطة البحث

## مقدمة البحث وخطة البحث:



## 1. مقدمة البحث وعناصرها:

تعتبر المقدمة مرحلة مهمة من مراحل إعداد البحث العلمي. وتعرف المقدمة باعتبارها المدخل الرئيسي للباحث والقارئ إلى موضوعات البحث، وتظهر أهمية المقدمة فيما لها من دور في التمهيد لموضوع البحث من خلال إعطاء القارئ تصورا عاما وشاملا عن عناصر الدراسة، حيث أنها تقدم وصفا للبحث وتعرف القارئ بقيمته، وتحفزه على الاطلاع على عناصر البحث ومحتواه، كما قد تكون بمثابة عامل طارد ومنفر للقارئ من موضوع البحث<sup>1</sup>.

وبشكل عام تتكون مقدمة البحث من العناصر التالية:

### الشكل رقم: 4. عناصر مقدمة تقرير التريص



<sup>1</sup> أسماء عبد المطلب بني يونس، دليل المبتدئ إلى المناهج العامة في البحث العلمي، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص 39.

### 1.1. التمهيد:

تبدأ المقدمة بفقرة تمهيدية تتناول موضوع البحث بشكل عام، وبأسلوب مبسط مع مراعاة الانتقال من العام إلى الخاص في عرض الأفكار، بحيث يمكن بعدها طرح إشكالية البحث.

فمثلا عند اختيار موضوع المزيج الترويجي لمنتوج معين، يمكن البدء بالتعريف بأهمية الترويج بشكل عام للتعريف بالمنتجات وتشجيع الزبائن على شرائها، ثم التطرق لأدوات أو عناصر المزيج الترويجي، ليتم بعدها التعريف بموضوع البحث المتمثل في دراسة ناصر المزيج الترويجي بمؤسسة ما ...

### 2.1. الإشكالية:

الإشكالية هي مجموعة الأسئلة التي تخطر في ذهن الباحث في أثناء القراءة التي هي بحاجة إلى إجابات يحاول الباحث التوصل إليها من طريق البحث والتقصي، وهذه التساؤلات يجب أن تُصاغ في نصّ مختصر على شكل سؤال أو مجموعة أسئلة<sup>1</sup>:

وهناك جملة من القواعد الأساسية التي يجب مراعاتها عند تحديد مشكلة البحث وهي تتلخص فيما يلي<sup>2</sup>:

#### • وضوح موضوع البحث:

أن يكون موضوع البحث محددًا، وغير غامض أو عام، حتى لا يصعب على الباحث التعرف على جوانبه المختلفة فيما بعد، فقد يدو له الموضوع سهلا للوهلة الأولى ثم إذا دقق فيه ظهرت له صعوبات جمة قد لا يستطيع تجاوزها، أو قد يكتشف أن هناك من سبقه إلى

<sup>1</sup> سلسلة إصدارات مركز البيان للدراسات والتخطيط، مرجع سبق ذكره، ص 12.

<sup>2</sup> ماتيو جيدير، مرجع سبق ذكره، ص 35-37.

دراسة المشكلة ذاتها، أو أن المعلومات التي جمعها مشتتة وضعيفة الصلة بالمشكلة، وهذا كله نتيجة عدم وضوح الموضوع في ذهن الباحث وتصوره.

### ✎ تحديد المشكلة :

وهي أن تصاغ مشكلة البحث صياغة واضحة، بحيث تعبر عما يدور في ذهن الباحث وتبين الأمر الذي يرغب في إيجاد حل له، ولا يتم صياغة المشكلة بوضوح إلا إذا استطاعت تحديد العلاقة بين عاملين متغيرين أو أكثر، ومن ثم تصاغ بشكل سؤال يتطلب إجابة محددة.

### ✎ وضوح المصطلحات :

يحذر المتخصصون من إمكانية وقوع البحث في متاعب وصعوبات نتيجة إهمال الباحث، وعدم دقته في تحديد المصطلحات المستخدمة.

والاصطلاح هو ذلك المفهوم العلمي أو الوسيلة الرمزية التي يستخدمها الإنسان في التعبير عن أفكاره ومعانيه، من أجل توصيلها للآخرين، فهي إذن التعريفات المحددة والواضحة للمفاهيم الإنسانية، ذات الصفات المجردة التي تشترك فيها الظواهر والحوادث والوقائع دون تعيين حادثة أو ظاهرة معينة.

وتحديد المشكلة أو الإشكالية ليس أمرا سهلا كما يتصور البعض، حيث أنه يتطلب من الباحث دراسة جميع نواحي المشكلة، ثم تعريفها تعريفا واضحا، والتثبت من أهميتها العلمية حتى تكون جديرة بالدراسة، فيقوم الباحث بقراءة مبدئية عنها ويستشير بأراء المختصين في ذلك المجال.

ويذهب بعض الباحثين إلى القول بأن أفضل طريقة لتحديد الإشكالية هي وضعها في شكل سؤال يبين العلاقة بين متغيرين. ويمكن للباحث أن يحدد الإشكالية دون وضعها على شكل سؤال.

### 3.1 . أسباب اختيار الموضوع:

يجب أن يوضح الباحث أو الطالب الأسباب التي دفعته لاختيار الموضوع، وهذه الأسباب أو الدوافع قسماً: أسباب ذاتية وأسباب موضوعية:

- الأسباب الذاتية: كالاهتمام أو الميول الشخصي للطالب بموضوع البحث، ورغبته في زيادة معارفه أو اكتساب مهارات في جانب معين، أو بحكم تخصصه في مجال موضوع البحث؛

- الأسباب الموضوعية: وهي متعلقة بالقيمة العلمية لموضوع البحث، وقد تكون نابعة من أهمية الموضوع في حد ذاته، أو باعتبار الموضوع جديداً ولم يتم التطرق له من قبل أو يوجد دراسات قليلة بخصوصه.

### 4.1. أهداف البحث:

الأهداف هي الغايات التي يأمل الباحث الوصول إليها بعد الانتهاء من إجراء بحثه، وتعمل الأهداف بوصفها موجّهات للإجابة عن أسئلة البحث أو محددات لكيفية معالجة مشكلة البحث الرئيسية ومشاكلها الفرعية، أو هي بمثابة حدود تفصيلية للمشكلة.<sup>1</sup> ويتضمن كل بحث هدفاً رئيساً يسعى من خلاله الباحث للإجابة عن السؤال الرئيسي للمشكلة، وأهدافاً فرعية تحدد اتجاه الإجابة عن الأسئلة الفرعية للمشكلة.

الأهداف هي التي تجيب على سؤال الباحث (الطالب) لنفسه: لماذا يجري هذا البحث؟ أي توضح ما يسعى الباحث للوصول إليه بإجراء بحثه، ويمكن اعتبار أن تحديد أهداف البحث هي تحديد لمحاورة التي سيتناولها الباحث. ومن المهم صياغة أهداف واضحة ومحددة ومرتبطة بالمشكلة

<sup>1</sup> هلال محمد علي السفيني، ما الفرق بين أهداف البحث وأهمية البحث التي يصيغها الباحث في خطة البحث؟، نشر بتاريخ: 2020/08/02، اطلع عليه بتاريخ: 2021/11/26. رابط لموقع:

<https://portal.arid.my/ar-LY/Posts/Details/36da4218-2b81-483c-ae2f-%D8%A9%20%D8%A7%D9>

البحثية بشكل رئيس وتساهم في توجيه الباحث نحو حلها، فالأهداف هي إطارات عامة للإجابة التي يسعى الباحث للوصول إليها.<sup>1</sup>

ومن المبادئ التي يمكن الاسترشاد بها عند كتابة أهداف البحث ما يلي<sup>2</sup>:

- أن تكون أهداف البحث ذات صلة بطبيعة مشكلة البحث؛
- أن تكون الأهداف محددة ولا تكون أهدافا عامة؛
- أن تكون الأهداف واضحة بعيدة عن الغموض؛
- أن يختبر وضوح الأهداف بصياغتها على شكل أسئلة.

### 5.1. أهمية البحث:

في فقرة أهمية البحث يوضح الباحث كيفية الاستفادة من نتائج البحث وتوظيفها في خدمة الجهة المقدم إليها البحث، أو الإضافة العلمية للمعارف والمهارات وإثراء المكتبة أو تطوير البحث العلمي، وخدمة المجتمع وحل مشاكله، وغير ذلك.<sup>3</sup>

فالأهمية تعبر عما يضيفه البحث - بعد الانتهاء منه - من فوائد إلى الميدان العلمي ومجال التخصص.<sup>4</sup>

وفيما يلي بعض الأمثلة عن أهمية البحث تم أخذها من بعض البحوث والدراسات:

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق.

<sup>2</sup> مصطفى دعس، منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2015، ص ص 177، 178.

<sup>3</sup> هلال محمد علي السفنياني، مرجع سبق ذكره.

<sup>4</sup> مصطفى دعس، مرجع سبق ذكره، ص 178.

- يستمد البحث أهميته من كونه يتناول موضوع التسويق الاجتماعي الذي أصبح مرتبطا ارتباطا وثيقا بضوابط ومعايير التنمية المستدامة، التي تعتبر بدورها من المفاهيم التي تعرف اهتماما متزايدا على الصعيد العالمي<sup>1</sup>.
- تستمد الدراسة أهميتها مع زيادة استخدام الانترنت في أوساط الأفراد مما يتطلب من المؤسسات مواكبة التطورات التكنولوجية من أجل مواكبة التطورات التكنولوجية من أجل التواصل مع هؤلاء الأفراد وجذبهم لصالح المؤسسة<sup>2</sup>.
- تكمن أهمية البحث في أهمية عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني للخدمات الصحية بالنسبة للعيادات الصحية، حتى تتمكن هذه الأخيرة من تلبية رغبات وحاجات المريض وفق المفهوم الحديث للتسويق والذي يركز أولا وقبل كل شيء على التوجه نحو العميل، وبالتالي محاولة كسب رضاه والمحافظة عليه<sup>3</sup>.
- يستمد البحث أهميته من الموضوع الذي يتناوله، والذي يتضمن مفهومين يعرفان اهتماما متزايدا من طرف الباحثين والممارسين على حد سواء، وهما: تسويق الموارد البشرية الذي يعتبر كأحد الممارسات الحديثة في المؤسسات، والعلامة التجارية لصاحب العمل كأحد المفاهيم الحديثة التي تستدعي الدراسة والبحث<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> مطالي ليلي وقهواجي أمينة، التسويق الاجتماعي كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة، مجلة أبعاد اقتصادية، العدد9، الجزء1، 2019.

<sup>2</sup> ساجي مصطفى، موقف المستهلك الجزائري من أخلاقيات الإعلانات الإلكترونية – حالة عينة من أساتذة الجامعة الجزائرية 2021، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 21، الجزء1، 2019.

<sup>3</sup> هوام عامر، دور التسويق الإلكتروني للخدمة الصحية في كسب رضا المريض دراسة حالة: العيادة الطبية لجراحة الأسنان عيسوق زياد- تبسة، المجلة الجزائرية للاقتصاد والتسيير، المجلد15، العدد 1، 2021.

<sup>4</sup> مطالي ليلي، العلامة التجارية لصاحب العمل كأداة لكسب الموظف - العميل الموهوب - تصور جديد لعلاقة العمل ضمن مفهوم تسويق الموارد البشرية، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد9، الجزء2، 2020.

ومن الملاحظ أن هناك خلطاً لدى الكثير من الطلبة بين أهمية البحث وأهداف البحث مع أن الفرق واضح، فالأهداف هي النتائج التي يسعى الباحث الوصول إليها، بينما تتعدى أهمية البحث النتائج إلى توضيح كيفية توظيف تلك النتائج في المجالات المختلفة المرتبطة بها.

وعمومًا فإن أهمية البحث تصاغ على شكل فقرات محددة، وقد يتم تقسيمها في بعض الأبحاث إلى قسمين:<sup>1</sup>

- أهمية نظرية (علمية): تشير إلى توظيف المعارف العلمية التي سيتوصل إليها البحث في خدمة الباحث المؤسسة والمجتمع، وإثراء المعرفة وإرفاد المكتبة وتطوير البحث العلمي.
  - أهمية تطبيقية (عملية): وتشير إلى توظيف النتائج التي سيتم التوصل إليها في الجانب التطبيقي، ومنها: استخدام الأدوات التي تم تصميمها للبحث في تطبيقات دراسات بحثية قادمة، بعد تعديلها بما يوافق مع طبيعة البيئة التي ستجرى فيه الدراسة، أو عكس صناع القرار لنتائج وتوصيات البحث في قراراتهم التطبيقية والعملية وغير ذلك.
- غير أنه من الباحثين من يرى أنه يفضل عدم التمييز بين أهمية وأهداف البحث، وإنما النظر إليهما كموضوع واحد من باب الابتعاد عن تكرار ما يتم تسجيله تحت عناوين مختلفة، على اعتبار أن كلا من أهداف وأهمية البحث هي إجابة للتساؤل: لماذا هذه الدراسة؟<sup>2</sup>

### 6.1. حدود البحث:

حدود البحث هي عبارة عن إطار يرسمه الباحث أو الطالب حسب طبيعة مشكلة البحث، حتى يوجه ويركز جهوده على جوانب محددة، وبما يسمح بتحقيق أهداف البحث. وبشكل عام يتم كتابة حدود البحث على أساس ما يلي:

<sup>1</sup> هلال محمد علي السفيني، مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup> حسين عبد الفتاح الغامدي، عناصر محاضرات مادة البحث العلمي في التربية وعلم النفس، جامعة أم القرى بمكة المكرمة، 2005.

- الحدود المكانية: وتتمثل في المكان الذي تم فيه إجراء الدراسة (المؤسسة أو الهيئة التي تم فيها إجراء التريص).
- الحدود الزمانية: وتمثل الفترة التي تم فيها إنجاز الدراسة؛
- الحدود الموضوعية: وهي تمثل طبيعة المشكلة التي يتم دراستها. ونشير في هذا الإطار إلى أنه يمكن الاستغناء عن الحدود الموضوعية على اعتبار أنه قد تم الفصل فيها في عدة عناصر من البحث، كعنوان البحث، إشكاليته وتساؤلاته الفرعية، وأهداف البحث أو تقرير التريص<sup>1</sup>.

### 7.1. منهج البحث:

في هذه الفقرة يجب توضيح الطريقة أو الإجراءات المستخدمة في الدراسة، بما فيها أدوات جمع البيانات كالاستبيانات أو المقابلات أو تقارير المؤسسة، وكيفية تحليلها مثل الإشارة إلى الأدوات الإحصائية المستخدمة من متوسطات حسابية وانحرافات وعيانية ودوائر مثلثية أو مدرجات تكرارية وغيرها.

### 8.1. صعوبات البحث:

- ▶ لا بد أن يقوم الطالب بكتابة الصعوبات المهمة التي واجهته أثناء إعدادة لتقرير التريص، وكيف استطاع أن يتخطاها ولكن بأسلوب مختصر أيضاً.
- ▶ وهنا نشير إلى ضرورة أن تكون الصعوبات موضوعية ومرتبطة بموضوع البحث حتى يستفيد منها الطلبة المقبلون الذين يرغبون في معالجة نفس الموضوع أو موضوع مشابه، حتى يتسنى لهم اختيار موضوع بحثهم على أساس المعلومات والتجارب التي يطلعون عليها، فمن الصعوبات التي يمكن أن تواجه الباحث مثلاً: قلة المراجع التي تناولت الموضوع، أو صعوبة الحصول على المعلومات أو الإحصائيات، وغيرها

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق.

► فمن غير المقبول أن يذكر الطالب أنه واجه صعوبات في النقل بسبب بعد المسافة بين منزله ومقر الشركة، فهذا عامل خاص به وليس بالضرورة أن يكون كل الطلبة الذين يريدون القيام بالتريص في نفس الشركة أو نفس المكان يعانون من نفس المشكل.

### 9.1. خطة البحث:

يجب أن تتضمن المقدمة خطة أو تقسيمات البحث، ويقصد بها أقسام البحث، أو العناوين الجزئية والفرعية للبحث العلمي أو تقرير التريص. وينصح بالاطلاع على المذكرات والتقارير التي سبق إنجازها لتكوين فكرة عن الخطة التي سيتم اعتمادها في البحث أو تقرير التريص.

ونشير إلى أنه لا بد أن يُراعى الباحث أو الطالب أن يقوم بكتابة المقدمة بشكل صحيح من ناحية الكتابة اللغوية، بحيث تكون خالية من الأخطاء الإملائية أو اللغوية. وفيما يلي تفصيل في عناصر خطة البحث.

### 2. تقسيمات خطة البحث:

توضح خطة البحث الخطوات والمراحل التي سوف يتبعها الطالب لإنجاز بحثه. وتتكون خطة البحث عموماً من العناصر الموضحة في الشكل الموالي:

## الشكل رقم: 5. عناصر خطة البحث (تقرير التربص)



ونشير إلى أن عنوان البحث العلمي، هو عنوان ودليل الموضوع أو المشكلة أو الفكرة محل الدراسة والبحث، ويشتمل ويدل على كافة عناصر وأجزاء ومقدمات وتفصيل البحث، بصورة واضحة دقيقة شاملة ودالة<sup>1</sup>. كما يخضع اختيار العنوان لعدة ضوابط وأحكام موضوعية وشكلية ومنهجية من أبرزها:<sup>2</sup>

- الدقة والوضوح: مع سهولة الفهم في إطار محدد، بعيدا عن العموميات والإبهام وقبو التأويل وأكثر من تفسير.
- الإيجاز بدون إخلال بعيدا عن الإطالة المملة: فلا يكون مختصرا جدا لا يوضح أبعاد الموضوع، ولا طويلا فضفاضا مملا يحتمل كل التفسيرات والتفصيلات.
- أن يدل على المحتوى: فالاسم لا بد أن يدل على المسعى، واختيار موضوع محدد في مسماه، لا بد أن يعكس محتواه في إطار من التخصص الدقيق.
- الحداثة والتفرد وإثارة الاهتمام: لتمييز الباحث عن غيره من الباحثين، ومن ثم يتعد عن الأنماط التقليدية.

<sup>1</sup> ماتيو جيدير، مرجع سبق ذكره، ص 64.

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، ص 64، 65.

المحور الثالث: تحرير مضمون البحث

## تحرير مضمون البحث:

### الخطة:

- عناصر البحث (تقرير التربص) 
- القواعد الشكلية في تحرير البحث (تقرير التربص) 
- عرض الجداول والأشكال في البحث 
- بعض الأخطاء الشائعة عند تحرير مضمون البحث 

## 1. عناصر البحث (تقرير التبرص):

يشمل مضمون البحث على جميع عناصر خطة البحث مع مراعاة الشروط الشكلية لكتابة التقارير والبحوث، حيث يتم تضمين البحث ببعض الأجزاء والصفحات وذلك وفقا للترتيب التالي:

الصفحات التمهيدية:

- ▶ الصفحة الرئيسية (واجهة التقرير)
- ▶ إهداء
- ▶ شكر/ أو شكر وتقدير/ أو شكر وعرفان
- ▶ الفهارس

المُلخَص

المقدمة

عناصر أو تقسيمات البحث

الخاتمة

المراجع

الملاحق

وفيما يلي شرح لمختلف العناصر السابق ذكرها.

### 1.1. الصفحات التمهيدية:

وتتمثل فيما يلي:

#### ▶ الصفحة الرئيسية (واجهة التقرير):

وتعرف أيضا بصفحة العنوان، وتشمل على عنوان البحث، اسم الطالب، اسم المشرف ودرجته العلمية، الكلية والجامعة، والسنة الجامعية. وعلى العموم يتم تحديد نموذج موحد

لصفحة الواجهة على مستوى الجامعات أو الكليات أو الأقسام يكون على الطلبة الالتزام به. ويمثل الشكل الموالي نموذجا عن صفحة واجهة التقرير.

### الشكل رقم: 6. نموذج عن صفحة واجهة التقرير

جامعة امحمد بوقرة \_ بومرداس



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

تقرير تربص ضمن متطلبات نيل شهادة ليسانس

تخصص: .....

الموضوع:

.....

.....

تحت إشراف الأستاذ(ة):

.....

من إعداد الطالبين:

- ..... •
- ..... •

السنة الجامعية: 2021 / 2022

### ► إهداء

يكون في صفحة مستقلة، ويستطيع كل طالب وضع إهداء خاص به (إذا كان عدد الطلبة أكثر من واحد)، ويوجه عادة للأقرباء والأصدقاء والزملاء المقربين.

### ► شكر/ أو شكر وتقدير/ أو شكر وعرفان

يكون في صفحة واحدة مستقلة، ويفضل أن يكون موحدًا مهما كان عدد الطلبة المشاركين في تقرير التبرص، ويوجه الشكر والتقدير إلى كل من ساعد في إعداد التقرير، من أساتذة ومؤطرين وعمال وغيرهم.

### ► الفهارس

تتضمن مجموعة من الفهارس، كفهرس المحتويات، وفهرس الأشكال والجداول، كما يمكن إضافة قائمة الرموز والمختصرات\*.

## 2.1. الملخص:

يقدم الملخص حوصلة أو خلاصة شاملة عن الدراسة، حيث يوضح الهدف الرئيسي منها، المنهج أو الطريقة المتبعة في جمع وتحليل البيانات، وكذا أهم النتائج المتوصل إليها. وعادة ما تحدد الجامعات الشروط الشكلية لكتابة الملخص، كتحديد عدد الكلمات (مثلا بين 100 و 150 كلمة)، كما قد يحدد طول الملخص بعدد الأسطر (مثلا من 8 إلى 10 أسطر).

وفي كل الأحوال يجب أن يكون الملخص دقيقًا وشاملاً لأهم عناصر البحث، بحيث يمكن القارئ من تكوين صورة وافية عن مضمون البحث.

ويتضمن الملخص كلمات أساسية (أو كلمات مفتاحية) تكون في حدود الخمس كلمات، بحيث يكون على الطالب اختيار الأكثر توافقًا وارتباطًا ببحثه.

\* سيتم التفصيل في فهارس البحث في المحور السادس من هذه المطبوعة.

✎ مثلاً: في حال موضوع الدراسة كان حول: ترويج الخدمات بوكالة سياحية؛ فإن الكلمات الأساسية ستكون مثلاً: الترويج، الخدمات، الإعلان، تنشيط المبيعات، الوكالات السياحية.

✎ وفي حال موضوع الدراسة كان حول مواقع التجارة الإلكترونية، فيمكن أن تتضمن الكلمات الأساسية مثلاً: الانترنت، الدفع الإلكتروني، مواقع التجارة الإلكترونية، متاجر افتراضية، وهكذا.

ويختلف الملخص عن المقدمة من حيث أن المقدمة بطبيعتها تمهد أو تقدم للبحث أو الدراسة وتطرح مفاهيم أو عناصر للنقاش، بينما الملخص فهو يمثل خلاصة لمجمل البحث بما فيه النتائج المتوصل إليها<sup>1</sup>. وبعد كتابة الملخص باللغة العربية، يتم ترجمته إلى اللغة الإنجليزية (*Abstract*) أو الفرنسية إذا كانت الجامعة تشترط ذلك)، وكذا الكلمات المفتاحية (*Key Words*)، ومن بين المواقع المساعدة في الترجمة:

- ▶ <https://translate.google.com/>
- ▶ <https://www.reverso.net/traduction-texte>
- ▶ [https://www.arabtran.com/tarjamat\\_anjilizi\\_earabiun/](https://www.arabtran.com/tarjamat_anjilizi_earabiun/)

مع التنبيه إلى أنه يجب مراجعة الملخص بعد الترجمة، أو عرضه على بعض المتخصصين أو المتحكمين في اللغة لمراجعته، وعدم الاكتفاء بالترجم الآلي، على اعتبار أن الترجمة الآلية لا تراعي دوماً المعنى الإجمالي، وفي كثير من الأحيان يتم الترجمة كلمة بكلمة، مما يفقد الملخص المترجم التسلسل في الأفكار، والمعنى العام المقصود.

<sup>1</sup> The university of Adelaide, **Writing an abstract**, 2014, p. 4. Retrieved from : <https://www.adelaide.edu.au/writingcentre/sites/default/files/docs/learningguide-writinganabstract.pdf>. (Consulted on : 30/12/2020).

**3.1. المقدمة:**

حيث يتم كتابة مختلف عناصر المقدمة، بدء بالتمهيد للموضوع، الإشكالية، أسباب اختيار الموضوع، أهداف وأهمية البحث، حدود البحث، المنهج المتبع، صعوبات البحث، وأخيرا خطة البحث\*\*.

**4.1. عناصر أو تقسيمات البحث:**

عادة ما يتم تقسيم تقرير التريص إلى مبحثين أو ثلاثة كما يلي :

- ▶ المبحث الأول يخصص لعرض المفاهيم النظرية
- ▶ المبحث الثاني يخصص للتعريف بالمؤسسة المستقبلية
- ▶ المبحث الثالث يخصص للدراسة التطبيقية أو الميدانية

أو

▶ المبحث الأول: يخصص للجانب النظري وعرض المفاهيم المرتبطة بالموضوع؛

▶ المبحث الثاني يخصص للدراسة التطبيقية أو دراسة الحالة، حيث يتم التعريف بالمؤسسة المستقبلية وعرض وتحليل نتائج الدراسة.

مع الإشارة إلى أن هناك من يفضل أن يقتصر تقرير التريص على الجزء التطبيقي فقط، دون التطرق للمفاهيم النظرية، بحيث يتم تقسيمه إلى جزئيين أو مبحثين كما يلي:

- ▶ المبحث الأول يخصص للتعريف بالمؤسسة المستقبلية
- ▶ المبحث الثاني يخصص للدراسة التطبيقية.

\*\* راجع عناصر المقدمة في المحور الثاني من المطبوعة.

## 5.1. الخاتمة

خاتمة البحث هي عرض موجز وشامل لكافة المراحل والجهود والأعمال التي قام بها الباحث خلال مراحل عملية إعداد البحث، وهي حوصلة مختصرة للنتائج والحقائق التي توصل إليها من خلال بحثه.<sup>1</sup>

ويمكن اعتبار الخاتمة إجابة مختصرة ومركزة ومفيدة على السؤال الذي يقول: كيف قام الباحث بإعداد بحثه وإنجازه؟ وما هي النتائج التي تم التوصل إليها؟ وذلك عكس المقدمة التي تشكل إجابة مختصرة ومركزة ومفيدة على السؤال الذي يقرر: لماذا وكيف يقوم الباحث بإعداد بحثه حول هذا الموضوع؟<sup>2</sup>

ويشترط في الخاتمة الجيدة ألا تتضمن جديدا لما تم القيام به والحصول عليه من نتائج علمية نهائية، وآراء واجتهادات في البحث.

وتعتبر نتائج البحث التي تتضمنها الخاتمة أهم جزء في البحث، إذ أن البحث كله لا يعني للقارئ في شيء حتى تقدم له نتائجه، حيث أنها تمثل المساهمة الأصيلة والإضافة العلمية التي تهم القارئ، وهي الدليل الواضح على قيمة البحث ومستوى الباحث. كما أنه يغلب على القارئ أن يطلع على الخاتمة قبل اطلاعه على البحث ليقرر إن كان البحث يستحق القراءة أم لا، ومن هنا تظهر أهمية الخاتمة.<sup>3</sup>

وينبغي أن تتضمن الخاتمة العناصر التالية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> ماتيو جيدير، مرجع سبق ذكره، ص 67.

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، ص 68.

<sup>3</sup> عبد العزيز بن عبد الرحمن علي الربيعة، البحث العلمي حقيقته، ومصادره، ومادته، ومناهجه، وكتابته، وطباعته، ومناقشته، الجزء الثاني، الطبعة الثالثة، (د.ن)، الرياض، 2004، ص 21.

<sup>4</sup> نفس المرجع السابق، ص ص 22، 23.

### ► خلاصة البحث:

وذلك بعرض العناوين الرئيسية والمفاهيم والأفكار الأساسية بصورة مختصرة؛ وتعتبر هذه الخلاصة بمثابة مقدمات للنتائج التي سيتم عرضها، ولهذا يجب التركيز على بعض النقاط الرئيسية والأفكار ذات الصلة الوثيقة بنتائج البحث وتحليلها.

### ► أهم نتائج البحث:

ويقدم فيها الباحث العناصر الجديدة في البحث، كما يعرض آراءه ووجهة نظره حول الموضوع أو بعض جوانبه، ويعرض النتائج التي توصل إليها البحث.

### ► الاقتراحات:

كما يقدم الطالب أو الباحث مقترحات عن أمور جديدة بالاهتمام اتضحت له من خلال بحثه، وهي تستحق البحث، إلا أنه لم يتمكن لظروف ما من القيام بها، ويوصي من تمكنه أهليته وظروفه للقيام بها.

ويشترط في هذه التوصيات والمقترحات أن تكون ذات صلة وثيقة بالنتائج التي تم الوصول إليها، وأن تكون محددة تحديدا دقيقا. وتظهر مهارة الطالب في الربط بين ما يتوصل إليه من نتائج وما يقترحه من حلول للمشكلات التي كشفت عنها الدراسة، والتي تشير إليها نتائج البحث دون مبالغة أو حشو أو تطويل.

## 6.1. المراجع

ويتم عرض كل المراجع التي تم الاعتماد عليها في إعداد التقرير من كتب، ومقالات، ومذكرات وأطروحات ومواقع انترنت، وتقارير المؤسسة وغيرها، مرتبة ترتيبا أبجديا، ومقسمة إلى:

► مراجع باللغة العربية؛

► ومراجع باللغة الأجنبية.

## 7.1. الملاحق

وتضم المستندات والتقارير التي من غير الضروري إدراجها في التقرير، وتوضع في الأخير لتوجيه القارئ إليها بغرض الاطلاع أكثر أو التوسع في الفكرة أو المعلومة.

## 2. القواعد الشكلية في تحرير البحث (تقرير التربص):

### 1.2. علامات الوقف:

علامات الترقيم والوقف هي مجموعة من العلامات والرموز التي تلعب دورا مهما في الكتابة باللغة العربية، حيث أنها تنظم مقاطع الجملة وتساعد في ترتيب الأفكار ومنع اختلاط بعضها ببعض، ويجب على الباحث أن يراعي استخدام علامات الترقيم متى كانت هناك ضرورة لها، في مواضعها الصحيحة ليتبين المقصود، وتوضح الفكرة وتسهل القراءة، لأن التساهل في وضع علامات الترقيم يفوت على القارئ كثيرا من المقصود، وقد يؤدي إلى عكسه تماما، كما قد يسيئ إلى الفكرة المذكورة<sup>1</sup>.

وهناك قواعد لاستخدام علامات الترقيم وعلامات الوقف يجب الإلمام بها حتى يكون البحث مكتملا من الناحية اللغوية ومفهوما فهما صحيحا. يلخص الجدول الموالي قواعد استخدام علامات الترقيم وعلامات الوقف.

<sup>1</sup> أيمن أبو الروس، كيف تكتب بحثا ناجحا؟: 25 خطوة لإعداد البحوث والرسائل الجامعية، دار الطلائع للنشر والتوزيع والتصدير، القاهرة، 2010، ص 70.

## الجدول رقم: 2. قواعد استخدام علامات الترقيم وعلامات الوقف

العلامة	مواضع الاستخدام
النقطة: (.)	- لإنهاء جملةٍ تامة - لإنهاء الجملة الاعتراضية داخل القوسين (دون الحاجة إلى وضع نقطة أخرى بعد القوس الثاني). - بعد الفقرات المرقمة، التي تبدأ من سطر جديد - بعد الأحرف أو الكلمات أو الأسماء المختصرة، مثل: ص. ب. (صندوق البريد).
علامة الاستفهام (?):	- بعد الجمل الاستفهامية
علامة الانفعال أو التعجب (!):	- للتعبير عن الانفعالات النفسية (التعجب أو الإعجاب،...) وتنوب عن النقطة. - بشكل عام، لا تستخدم في الكتابات العلمية،
النقاط الثلاث المتتالية: (...)	- لتنبية القارئ إلى وجود حذف في النص في حالة الاقتباس المباشر؛ - لتجنب تكرار كلماتٍ أو عبارات سبق ذكرها، أو لتحل محل استنتاجات يمكن إدراكها تلقائيًا. (مثال: ليست كل الأمور مثل الحساب؛ واحد زائد واحد يساوي اثنين، ومائة زائد مائة...).
القوسان: ( )	- تستخدم في وسط الكلام لتوضيح جزءٍ من الكلام أو لتفسيره. - قد تحتوي على إشاراتٍ أو إحالاتٍ إلى مواقع أخرى في الكتاب الواحد. مثال: (انظر الملحق رقم: 3). - تستخدم في حالة الاقتباس في النص. مثال: (كوتلر، 2019، ص 125). - عند ترقيم النقاط المتسلسلة أو ترقيم الحواشي، وقد يقتصر الأمر على القوس الثاني، ومثاله:

<p>▶ يتضمن المزيج التسويقي أربعة عناصر: (1) المنتج، (2) التسعير، (3) الترويج، (4) التوزيع.</p> <p>▶ توجد ثلاث استراتيجيات التوزيع حسب معيار تغطية الأسواق: (1) التوزيع المكثف، (2) التوزيع الوحيد، (3) التوزيع الانتقائي.</p> <p>- قد تستخدم بدل علامة التنصيص التي تبرز الأسماء أو العناوين أو المصطلحات الخاصة، أو لتمييز الأسماء الأجنبية التي تكتب بالعربية، مثال: أشار في كتابه (الاتجاهات الحديثة في التسويق) إلى ...</p> <p>- عرف شافي (Chaffey) التسويق عبر الانترنت على أنه ...</p> <p>- للتعبير عن المعادلات الرياضية.</p> <p>- تستعمل مع الأرقام المتسلسلة، مثل: أرقام الهوامش.</p>	
<p>- تحديد بداية الاقتباس المباشر ونهايته.</p> <p>- تمييز عناوين المقالات المنشورة في الدورية بوضع العنوان بداخلها.</p> <p>مثال: مادني احمد، خليفي رزقي(2019)، "أثر محتوى الإعلان في الموقع الإلكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر على المكون السلوكي لاتجاهات المستهلكين النهائيين نحو خدمة ADSL (دراسة استطلاعية)"، مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد 9، العدد 3، ص ص 447-465.</p> <p>- لتمييز الأسماء الأجنبية: حتى لا تختلط بالأحرف أو الكلمات التي تسبقها أو تلحقها، ومثاله: ويرى "كوتلر" و "أمسترونغ" ...</p> <p>- تستخدم أيضاً للترجمة الحرفية.</p>	<p>علامة التنصيص: " "</p>
<p>- لبيان التقسيمات الفرعية: وهو استعمال شائع عند ترقيم الوثائق الرسمية. مثال: (م/ع /251)، وهذا يعني أن "م" هو التقسيم الرئيس، و"ع" يتفرع منه، أما الرقم فهو متسلسل يتفرع عن "ع".</p> <p>- تقوم مقام الخط الذي يفصل بين البسط و المقام في الكسور الاعتيادية، وقد يأتي معكوساً في العربية. مثال: 4/1</p>	<p>الشرطة المائلة (/):</p>

<p>- تستخدم أيضًا للفصل بين اليوم والشهر والسنة. مثال: 2021/12/31 الموافق ل: 1443/05/27 هـ.</p> <p>- قد تستخدم لتعني "أو"، في حالة الكلمات المتعددة أو العبارات القصيرة.</p>	
<p>- لتفصل العبارات أو الجمل الاعتراضية عن الجملة الرئيسة، وذلك بصفتها بديلاً للقوسين.</p> <p>- قد تفصل بين الكلمات أو العبارات، كبديل لحرف العطف. مثال: يتكون المزيج التسويقي من أربعة عناصر: المنتج، التسعير، الترويج والتوزيع.</p> <p>- قد تأتي للفصل بين جملي قصيرة متكاملة إعرابًا، تؤلف جملة طويلة، ومثاله: كان العنوان براقًا، والمؤلف مشهورًا، والمضمون جيدًا، فاجتمع للكتاب أسباب النجاح الباهر.</p> <p>- تأتي الفاصلة بعد القوس الثاني مباشرة ولا تكتب قبل القوس الأول. مثال: تكتب الفاصلة بعد القوس الثاني (انظر القوسين)، وتكون ملتصقة به.</p>	<p>الفاصلة: (،)</p>
<p>- تستعمل عامةً للربط بين جملتين، تستطيع كلُّ واحدة منهما الوقوف بذاتها، دون إضافة من حيث قواعد اللغة، ولكن من حيث المعنى يكون أكثر اكتمالاً بإضافة الجملة التالية لها.</p> <p>- تستخدم للفصل بين عدد من المصادر ضمن حاشية واحدة.</p> <p>مثال: الغامدي، ص (112)؛ عليان، (75).</p>	<p>الفاصلة المنقوطة (؛):</p>
<p>- للتنبيه إلى أن تفاصيل سوف تتبع.</p> <p>مثال : يضم قسم العلوم التجارية ثلاثة تخصصات: التسويق، تسويق الخدمات والتجارة الدولية.</p> <p>- للتنبيه إلى تفاصيل ذات أرقامٍ أو أحرف، أو تقسيماتٍ مرتبة متتابعة بشكلٍ عمودي أو أفقي. مثال: يتألف التحليل من ثلاث خطوات: (1) حصر المادة العلمية، (2) تصنيفها، (3) ترتيب أصنافها.</p> <p>- للفصل بين عدد أو رقم المجلة والصفحات المحددة فيها.</p>	<p>النقطتان المتعامدتان (:):</p>

<p>مثال: العدد (26: 99-71).</p> <p>- قد تستخدم في بداية العنوان، الذي يبدأ من أول السطر.</p> <p>مثال: عناصر الخطة : هناك عناصر أساسية وأخرى ثانوية، ومن الأساسية: العنوان، وتحديد المشكلة.</p>	
<p>- أستخدم فاصلة بين علامة الترقيم بدل النقطة، كما هو مستعمل في بداية السطر.</p> <p>- تأتي مفردة لتعبر عن المدى بين القيمتين، تمثل إحدهما الحد الأدنى، والأخرى تمثل الحد الأعلى، مثال: (400-420) .</p> <p>- تأتي بين العدد والمعدود، مثال: أولاً- العنوان، أ- العنوان، أو 1- العنوان.</p> <p>- تعمل أحياناً عمل القوسين، لتحتوي جملة اعتراضية.</p> <p>مثال: يتفق أغلب المؤلفين – باستثناء الغامدي-</p>	<p>الشرطة أو الشرطتان: (-)</p>
<p>- تستعمل عند كل زيادة للاقتباس الحرفي.</p> <p>- تستعمل كذلك في المعادلات الرياضية.</p>	<p>القوسان المعقوفان [ ]</p>
<p>- تستخدم في تنصيب الآيات القرآنية، وللتعبير عن بعض العمليات الحسابية.</p> <p>- وتستخدم على غرار الفاصلتين، الشرطتين والقوسين – أحياناً - لتمييز الجمل الاعتراضية عن الجملة الرئيسة.</p>	<p>الأقواس المزخرفة: {}</p>

المصدر: تم إعداد الجدول بالاعتماد على:

- أحمد إبراهيم خضر، علامات الترقيم واستعمالاتها في بحوث الماجستير والدكتوراه، نشر بتاريخ: 2012/09/18، اطلع عليه بتاريخ: 2021/11/27، رابط الموقع: [https://www.alukah.net/literature\\_language/0/44382/#ixzz7DOXKZMHm](https://www.alukah.net/literature_language/0/44382/#ixzz7DOXKZMHm) ،
- يوسف المرعشلي، أصول كتابة البحث العلمي وتحقيق المخطوطات، دار المعرفة، بيروت، 2003، ص ص 178-181.

## 2.2. علامات الترقيم:

عند استخدام الكلمات أو الأحرف أو الأرقام للترتيب، يفضل استخدام الترتيب المكتوب أولاً، ثانياً، ثم يستخدم الأحرف الهجائية بالترتيب الأبجدي، ثم الأرقام: (أ - 1): وهذه القاعدة ليست إلزامية، فقد تفرض الجامعة أو الكلية طرقاً وأشكالاً أخرى لترقيم عناوين وعناصر البحث. فما يهم هو التزام الطالب بالكتابة وفق طريقة واحدة خلال كل أجزاء بحثه، فمثلاً: لا يستخدم الترقيم التسلسلي (1/2/3...) في الجزء النظري، ويستخدم الكلمات: (أولاً/ثانياً/ثالثاً...) في الجزء التطبيقي، وهكذا.

## 3. عرض الجداول والأشكال في البحث:

ما يميز تقرير التريص عن غيره من البحوث النظرية أنه يغلب عليه الجانب التطبيقي، حيث يمثل هذا الجزء الجانب الأهم من البحث. فكلما كان البحث أو التقرير مدعماً بأرقام وإحصائيات ومعلومات ملائمة وحديثة، كلما زادت قيمته العلمية والعملية.

ومهما اختلفت المعلومات التي يحصل عليها الطالب من المؤسسة محل الدراسة أو حتى من مواقع الانترنت، أو من خلال مراجعة الكتابات والدراسات حول الموضوع\*، فإن تميز الطالب يظهر من خلال قدرته على تجميع وترتيب وتحليل المعلومات المحصل عليها وإخراجها في شكل جداول وأشكال توضيحية، مع الاهتمام بتحليلها وتفسيرها بما يجيب على إشكالية البحث ويحقق أهدافه.

## 4. بعض الأخطاء الشائعة عند تحرير مضمون البحث:

عادة ما يقع الطلبة والباحثون بشكل عام في مجموعة من الأخطاء أثناء عملية تحرير البحث أو تقرير التريص، خاصة مع ضغط الوقت واقتراب آجال تقديم البحث إلى إدارة الكلية

\* راجع مصادر جمع البيانات ص ص 23-24.

أو المعهد، فيجعلهم يهملون عملية مراجعة بحثهم لتصحيح الأخطاء الواردة فيه وضبط التنسيقات بين صفحاته، ومن هذه الأخطاء مثلاً:

❧ عدم تسلسل أرقام الصفحات حيث يكرر رقم صفحة ما، أو يكون انقطاع في ترقيم الصفحات، مثلاً ينتهي المبحث الأول بالصفحة رقم 20، والمبحث الموالي يبدأ بالصفحة رقم 24 بدل 21؛

❧ ومن الأخطاء الشائعة أيضاً عدم توافق فهرس البحث مع محتوياته، حيث يشير الفهرس إلى أن عنوان ما موجود في صفحة معينة، في حين أن تلك الصفحة تتضمن عنواناً أو عنصراً آخر؛

❧ وفي نفس السياق قد لا تتوافق قائمة الأشكال والجداول مع ما هو موجود فعلاً في البحث، كإضافة جدول أو شكل في القائمة وهو في الأصل غير موجود في البحث، أو أنه كان موجوداً ثم تم تغييره أو حذفه، وأيضاً قد ينسى الطالب إدراج جدول أو شكل تم إعداده في البحث إلى القائمة، هذا بالإضافة إلى إمكانية عدم تطابق الصفحات المذكورة في القائمة مع الصفحات التي تتواجد فيها الأشكال والجداول في داخل البحث.

بالإضافة إلى ما سبق، فيما يلي بعض الأخطاء الشائعة لدى الطلبة والتي يجب تفاديها<sup>1</sup>:

❧ في بعض الأحيان يقوم الطالب بكتابة صفحة كاملة أو أكثر من مصدر واحد وهذا لا يجوز إذ يجب تعدد المصادر وتنوعها.

❧ يقوم الطالب أحياناً بنقل المعلومة مع مصدرها من كتاب أو رسالة أو أطروحة دون العودة إلى المصدر الأصلي من جهة، ودون ذكر عبارة (نقلاً عن) من جهة أخرى.

❧ في بعض الحالات يقوم الباحث بتكرار بعض المعلومات التي وردت في متن البحث، على سبيل المثال يقوم بتكرار كتابة خاتمة الفصول في الخاتمة العامة.

<sup>1</sup> سلسلة إصدارات مركز البيان للدراسات والتخطيط، مرجع سبق ذكره، ص 34، 35.

✎ في بعض الأحيان ترد معلومات متناقضة في متن البحث، كأن يذكر الطالب (الباحث) معلومة بخصوص موضوع معين في أحد أجزاء البحث، ويذكر ما يناقضها في جزء آخر.

✎ يكرر الباحث عادةً عنوان البحث (تقرير التريص) ويعتمده كعنوان لفصل أو مبحث أو مطلب، وهذا غير مقبول.

✎ في بعض الحالات لا يكون هناك تطابق بين عنوان الفصل ومضمونه.

✎ في بعض الحالات يفقد الطالب التوازن المفترض بين عناصر وتقسيمات البحث من فصول ومباحث ومطالب.

وتبقى الأخطاء الإملائية من أكثر الأخطاء شيوعاً في البحوث العلمية على اختلاف أنواعها، سواء كانت تقارير تريص لمستوى الليسانس، أو مذكرات ماستر أو حتى أطروحات دكتوراه، فعلى الرغم من سهولة تصحيحها، إلا أنه غالباً ما يتم إغفالها من طرف الطلاب والباحثين، وهنا ينصح بعدم التسرع في إيداع البحوث، وتخصيص وقت لمراجعتها وقراءتها من جديد.

وإن كان من المتعارف عليه أن كل عمل بشري يشوبه النقص، إلا أن هناك حدوداً دنياً لا يمكن تجاوزها، فقليل من الأخطاء مقبول، إلا أن الكثير منها يفقد للبحث قيمته، ويعطي انطباعاً عن عدم اهتمام وجدية الباحث أو الطالب، كما أنها تصعب للقارئ فهم مضمون البحث وأحياناً تشوه المعنى بحيث يفهم في غير الاتجاه المقصود.

## المحور الرابع: التهميش و المراجع

## التهميش والمراجع

### الخطة:

الاقتباس والتوثيق في البحث العلمي 

التهميش (الإشارة إلى الهوامش) 

طرق توثيق المراجع 

أشكال وقواعد تهमيش المراجع 

تدوين قائمة المصادر والمراجع 

## 1. الاقتباس والتوثيق في البحث العلمي:

البحث العلمي جهد إنساني متصل، يتطلب من الباحث أن يقوم بمسح جهود الباحثين السابقين والإشارة إليهما والإضافة عليهما والتمهيد للباحثين اللاحقين مستقبلا، وهذا يعني ضرورة أن يشير الباحث من خلال فكرة يأخذها من غيره، فيقتبسها تماما أو يصوغها بلغته الخاصة، وتقتضي أخلاقيات البحث العلمي في جميع هذه الحالات الإشارة إلى مصادر المعلومات التي استفاد منها الباحث وتوثيقها<sup>1</sup>.

وهناك نوعان من الاقتباس<sup>2</sup>:

### ☞ الاقتباس المباشر:

عند نقل الباحث نصا مكتوبا تماما بنفس الشكل والكيفية واللغة التي ورد فيها، ويسمى هذا النوع: تضمينا، ومن أمثله أن يكتب الباحث: ويعرف طارق طه التسويق بأنه: «.....».

### ☞ الاقتباس غير المباشر:

وفيه يستعين الباحث بأفكار ومعلومات معينة، ويقوم بصياغتها بأسلوب جديد ولغة جديدة، ومن الضروري جدا عدم تشويه النص أو المعنى الذي كان يقصده الكاتب الأصلي. وتقاس مدى مصداقية وجدية البحث أساسا بمقدار عدد وتنوع المصادر والمراجع التي استند إليها الباحث، واستفاد منها بالفعل كما ونوعا، والأهم حداثة وتطور هذه المصادر<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> ربيحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 201.

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، ص 202.

<sup>3</sup> ماتيو جيدير، مرجع سبق ذكره، ص 57.

وتوجد أربع قواعد أساسية يجب التقيد بها عند الاقتباس<sup>1</sup>:

### ☞ الأمانة العلمية:

وتعني ضرورة الإشارة إلى المرجع الذي تم الرجوع إليه أو الاقتباس منه، فعلى الباحث ألا ينتحل جهود الآخرين وأفكارهم.

### ☞ الدقة وعدم تشويه المعنى:

بمعنى أن يحاول الباحث عند الاقتباس أن يعطي المعنى الذي قصده الكاتب الأصلي، وألا يحرف أو يشوه المعنى المقتبس.

### ☞ الموضوعية في الاقتباس:

بمعنى ألا يقتصر الاقتباس على الكتابات التي تؤيد رأي الباحث، ويهمل كتابات الآخرين الذين يملكون وجهات نظر مغايرة مما قد يؤدي إلى تضليل القارئ.

### ☞ الدقة في الاقتباس:

ويقصد بهذه القاعدة ألا يصبح البحث أو الدراسة مجرد اقتباسات واستشهاد بآراء الآخرين، وتندر مساهمة الباحث نفسه في الموضوع.

## 2. التهميش (الإشارة إلى الهوامش):

يقصد بالهوامش المعلومات التي تظهر في أسفل الصفحة أو في نهاية البحث أو الكتاب. وبشكل عام، تستخدم الهوامش في الحالات الأربع التالية<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> عبيدات وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص 164، 165.

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، ص ص 168، 169.

الإشارة إلى مرجع (كتاب أو مقالة أو أي مصدر آخر) تم الاستشهاد به أو الرجوع إليه أو اقتبس منه فقرة أو فكرة معينة، ويتم في هذه الحالة وضع معلومات كاملة عن المرجع أسفل الصفحة (الحاشية) أو في نهاية البحث، بما فيها: اسم المؤلف، عنوان المرجع، الناشر، سنة النشر وغيرها.

وتعد الإشارة إلى مصدر الاقتباس مهمة لسببين: الأمانة العلمية، والتسهيل على القارئ الرجوع إلى المصدر الأصلي إما للتفصيل حول ما كتب في ذلك المرجع، أو للتأكد من صحة المادة المقتبسة.

لتوضيح فكرة أو مصطلح أو عبارة معينة وردت في النص الأصلي:

حيث يتم وضع علامة أو رقم بجانب الفكرة أو الكلمة المراد توضيحها ليتم في الحاشية توضيح المقصود منها، ففي كثير من الأحيان ترد مصطلحات لا تكون مألوفة بالنسبة للقارئ، مما يتطلب توضيحها أو بيان المقصود منها.

لتوجيه القارئ للرجوع إلى بعض الصفحات أو الفصول في البحث، التي يصعب إعادة شرحها وتوضيحها مرة أخرى

## مثال:

... مع ضرورة التحلي بالأمانة العلمية وكتابة البيانات الخاصة بجميع المراجع التي تم استخدامها في البحث (\*).

يختلف أسلوب جمع البيانات باختلاف المنهج العلمي المتبع (\*\*).

\* سيتم التفصيل في طريقة الإشارة إلى المراجع في الجزء الموالي.

\*\* تم التطرق لمناهج البحث العلمي في المحور الثاني من هذا المؤلف، ارجع إلى الصفحة ....

### 3. طرق توثيق المراجع:

توجد ثلاث طرق رئيسية مستخدمة لتوثيق المراجع المستخدمة في البحوث والدراسات العلمية، وذلك على النحو التالي<sup>1</sup>:

الطريقة التي تعتمد على ترقيم المراجع ترقيما تسلسليا حسب ورودها في النص، وبحيث يضاف بعد النص المقتبس رقم مكتوب بخط أصغر من حجم الخط المستخدم في الكتابة ويكون مرفوعا إلى الأعلى، وتظهر البيانات التعريفية بالمرجع (بما فيها اسم ولقب المؤلف، عنوان الكتاب، الناشر، البلد، الصفحة أو الصفحات من المرجع التي تم الاقتباس منها، وغيرها) إما أسفل كل صفحة من صفحات البحث (أي في الحاشية)\*، أو في نهاية الفصل أو البحث، حيث تعطى التفاصيل الكاملة عن المرجع عند استخدامه للمرة الأولى، وعند الإشارة إليه لاحقا، يتم الاكتفاء بذكر اسم المؤلف، متبوعا بعبارة: مرجع سابق أو مرجع سبق ذكره.

<sup>1</sup> أنظر:

▪ ربيعي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص 204.

▪ عبيدات وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 171،

\* تعرف هذه الطريقة بطريقة التهميش في نهاية الصفحة، وهي الطريقة المعتمدة في هذه المطبوعة.

## مثال: ٤٥

المستهلك هو: كل شخص طبيعي أو معنوي يستعمل سلعة أو خدمة (1).  
 ويعرف سلوك المستهلك بأنه جميع الأفعال والتصرفات المباشرة وغير المباشرة التي  
 يقوم بها الأفراد في سبيل الحصول على سلعة أو خدمة معينة من مكان معين أو في وقت  
 محدد (2).

(1) محمد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك: مدخل استراتيجي، دار وائل للنشر، عمان، 2004،  
 ص 65.

(2) عامر عبد الله موسى، إدارة التسويق، دار البداية، عمان، 2009، ص 62.

وفي حال استخدام طريقة جمعية علم النفس الأمريكية والمعروفة بطريقة APA نسبة  
 إلى *American Psychological Association*، يتم كتابة اسم عائلة المؤلف أو  
 المرجع بعد النص المقتبس بين قوسين وذلك بكتابة اسم المؤلف، والسنة، مع إضافة  
 الصفحة في حالة النقل الحرفي أو الاقتباس المباشر، كما هو موضح في المثال الموالي:

## مثال: ٤٦

المستهلك هو: كل شخص طبيعي أو معنوي يستعمل سلعة أو خدمة (عبيدات،  
 2004، ص 65).

ويعرف سلوك المستهلك بأنه جميع الأفعال والتصرفات المباشرة وغير المباشرة التي  
 يقوم بها الأفراد في سبيل الحصول على سلعة أو خدمة معينة من مكان معين أو في  
 وقت محدد (موسى، 2009، ص 62).

وكل الطرق التي سبق ذكرها صحيحة، يمكن الطالب أن يختار أي واحدة منها إذا كانت الجامعة التي يقدم لها بحثه لا تفرض أسلوباً معيناً للتهميش.

ومهما اختلفت طرق توثيق البحوث والدراسات، فإن ما يهم القارئ هو ما يلي<sup>1</sup>:

- وضوح الطريقة وسهولتها.
- الالتزام في استعمالها خلال البحث من بدايته وحتى نهايته.
- شمولية المعلومات التي تقدمها الطريقة عن المصدر المستخدم.

مع الإشارة إلى أنه يتم إعداد قائمة بجميع المراجع المستخدمة في نهاية البحث أو التقرير، على اختلاف أنواعها وطبيعتها: من كتب، مجلات، مواقع انترنت وغيرها.

#### 4. أشكال وقواعد تهमيش المراجع:

سنركز فيما يلي على طريقة كتابة أو توثيق المراجع أسفل الصفحة أو في الهامش .

توجد مجموعة من القواعد يجب مراعاتها عند التهميش منها:

كل مرجع يشار إليه داخل النص برقم تسلسلي، ويعاد كتابة هذا الرقم في الهامش مع إدراج المعلومات المتعلقة المرجع كما يلي:

الاسم الكامل للمؤلف، عنوان المرجع، رقم الطبعة، دار النشر، المدينة، سنة النشر، الصفحة / الصفحات.

<sup>1</sup> ربيعي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص 201.

## مثال:

(1) .....

(1) طارق طه، التسويق بالإنترنت والتجارة الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 56.

إذا تكرر استخدام نفس المرجع أكثر من مرة، بصورة متوالية، يتم ذكر اسم المؤلف ولقبه وإضافة، بعد الفاصلة، عبارة: نفس المرجع السابق، مع ذكر رقم الصفحة.

## مثال:

(1) .....

(2) .....

(1) طارق طه، التسويق بالإنترنت والتجارة الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 56.  
(2) نفس المرجع السابق، ص 120.

إذا تكرر استخدام نفس المرجع أكثر من مرة، بصورة غير متوالية، يكتب في كل مرة اسم المؤلف مع إضافة عبارة: مرجع سبق ذكره، ورقم الصفحة.

## مثال:

(1) .....

(2) .....

(3) .....

---

(1) طارق طه، التسويق بالإنترنت والتجارة الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 56.

(2) أيمن علي عمر، قراءات في سلوك المستهلك، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 76.

(3) طارق طه، مرجع سبق ذكره، ص 120.

✍ إن كان للكتاب أكثر من مؤلفين إثنين، يكتب الباحث بكتابة اسم المؤلف الأول مضيفاً عبارة (وآخرون).

## مثال:

(1) .....

---

(2) حميد الطائي وآخرون، الأسس العلمية للتسويق الحديث: مدخل شامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 175.

✍ في حالة استعمال كتب بلغات أجنبية فإنها تدون بلغاتها الصادرة بها مع استعمال الرموز اللاتينية التالية:

## الجدول رقم: 3. قائمة ببعض الاختصارات المستخدمة باللغة الأجنبية

المعنى	الاختصار
مرجع سبق ذكره	<i>Op. cit</i> ■
نفس المرجع السابق	<i>Ibid</i> ■
نفس المرجع، نفس الصفحة	<i>Ibidem</i> ■
الصفحة (ص)	<i>p.</i> ■
الصفحات (ص ص)	<i>pp.</i> ■
وآخرون	<i>et al.</i> ■

## 5. تدوين قائمة المصادر والمراجع:

يعتبر إعداد قائمة المصادر والمراجع من الأمور المهمة في أي بحث علمي. وهي تشمل جميع المراجع التي تم الاعتماد عليها في البحث أو تقرير التريص، وهناك طرق مختلفة لكيفية ترتيب قائمة والمراجع في نهاية البحث، وعموما يتم تصنيفها إلى:

❖ المراجع باللغة العربية

❖ و المراجع باللغة الأجنبية

وتعرض قائمة المراجع حسب الحروف الأبجدية تبعا للقب المؤلف أو الاسم العائلي أو الاسم الأخير في حالة الاسم الثلاثي.

ملاحظة: عند الترتيب لا يؤخذ بعين الاعتبار " ال"، " أبو"، " ابن" الموجودة في أسماء المؤلفين.

وتدرج المصادر والمراجع في النهاية بعد الخاتمة وقبل الملاحق. وتدون المراجع على قائمة

المراجع كما يلي:

### المراجع باللغة العربية:

#### أولاً: كتب:

المؤلف أو المؤلفين، عنوان الكتاب، الطبعة إن وجدت، دار النشر، بلد النشر، سنة النشر.

#### مثال:

1. أيمن علي عمر، قراءات في سلوك المستهلك، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
2. حميد الطائي، محمود الصميدعي، بشير العلاق، ايهاب علي القرم، الأسس العلمية للتسويق الحديث، مدخل شامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

#### ثانياً: مجلات ودوريات:

صاحب المقال، عنوان المقالة، اسم الدورية، مكان الصدور، العدد، التاريخ، الصفحات.

#### مثال:

مقدود وهيبة، قهواجي أمينة، مطالي ليلي، عرض تجارب شركات الاتصال الوطنية في ترسيخ مبادئ المسؤولية الاجتماعية، مجلة اقتصاد المال والأعمال، جامعة الوادي، المجلد 5، العدد 1، 2020، ص ص 95-110.

ملاحظة: المقصود بالصفحات هنا هو صفحة بداية و صفحة نهاية المقال، وليس الصفحة التي تم الاقتباس منها، لأنه كما هو معلوم، صفحات الاقتباس تكتب فقط عند التمهيش ولا تظهر في قائمة المراجع آخر البحث.

### ثالثا: مذكرات ورسائل جامعية:

الباحث، عنوان البحث، مذكرة ماستر (أو ماجستير أو أطروحة دكتوراه)، التخصص، الكلية، اسم الجامعة، مكان الجامعة، السنة.

#### مثال:

1. براينيس عبد القادر، التسويق في مؤسسات الخدمات العمومية - دراسة على قطاع البريد والاتصالات في الجزائر-، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007.
2. ريدان أميرة، مجاجو عبد الغني، أثر الاشهار الالكتروني على سلوك المستهلك - دراسة عينة من المستهلكين بولاية بومرداس-، مذكرة ماستر تخصص: تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2019-2020.

### رابعا: ملتقيات ومداخلات:

اسم المؤلف، عنوان البحث، موضوع المؤتمر أو الملتقى أو التظاهرة العلمية، مكان انعقاده، تاريخ انعقاده.

#### مثال:

1. دويدي خديجة هاجر ومطالي ليلي، تأثير التكنولوجيا الرقمية على التسويق الاجتماعي، بحث مقدم إلى "اليوم الدراسي حول: التسويق الحديث في المؤسسات

الاقتصادية بين الأصول النظرية والتجارب العملية"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، يوم 27 نوفمبر 2019

2. مطالي ليلى وبوشلوش سعاد، التحول نحو الاقتصاد الأخضر: عرض تجارب دولية وعربية رائدة، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الأول حول: "الإقتصاد الأخضر كنموذج تنموي جديد لدعم أبعاد التنمية المستدامة في الجزائر" - دراسة تجارب -"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة علي لونيديسي - البليدة 2، يومي 24-25 أكتوبر 2021.

### خامسا: مواقع إلكترونية:

المؤلف أو الهيئة المالكة للموقع (إن وجد)، عنوان الموضوع/الصفحة، عنوان الموقع، تاريخ الاطلاع

مثال 1:

1. شاكر تركي أمين، التسويق الإلكتروني:

[http://smartcontractor.blogspot.com/2018/01/blog-post\\_91.html](http://smartcontractor.blogspot.com/2018/01/blog-post_91.html)

تاريخ الاطلاع: 2021/02/16.

مثال 2:

2. 7 خطوات لعمل مشروع تصميم موقع الكتروني،

<https://esofttag.com/wiki/7-steps-to-create-a-web-design-project/>، تاريخ

الاطلاع: 2021/02/14.

ثم تكتب المراجع باللغة الأجنبية باتباع نفس الطريقة.

☞ مثلاً:

كتاب:

يتم كتابة جميع البيانات، مع ملاحظة أنه يمكن الاكتفاء بكتابة لقب المؤلف أولاً، ثم الحرف الأول (أو الحرفين الأولين) من الاسم وذلك على النحو التالي:

☞ حالة مؤلف واحد:

- Dave Chaffey, *Digital business and e-commerce management*, 6th Edition, Pearson, 2015.

كما يمكن اختصار الاسم وكتابته بالشكل:

- Chaffey D., *Digital business and e-commerce management*, 6th Edition, Pearson, 2015.

☞ حالة مؤلفين اثنين:

- Kotler Ph. et Dubois B., *Marketing Management*, 10<sup>ème</sup> édition, Publi-Union, Paris, 2000.

☞ حالة ثلاثة (3) مؤلفين أو أكثر:

في هذه الحالة يتم كتابة جميع أسماء المؤلفين (هناك من يعتمد على كتابة جميع الأسماء إلى غاية سبعة (7) مؤلفين) كما هو موضح في المثال التالي:

- Chaffey D., Ellis-Chadwick F., Mayer R. & Johnston K. (2006), *Internet Marketing Strategy, Implementation and Practice*, Third Edition, Pearson Education, London.

كما يمكن الاكتفاء باسم المؤلف الأول، متبوعاً ب: et al أو & al بمعنى: وآخرون. وذلك على النحو التالي:

- Chaffey D. et al., *Internet Marketing Strategy, Implementation and Practice*, Third Edition, Pearson Education, London, 2006.

### مقال في مجلة:

يتم اتباع نفس الأسلوب في كتابة أسماء المؤلفين، مع كتابة البيانات الخاصة بالمجلة وتحديدًا: اسم المجلة ورقم العدد أو المجلد.

### مثال:

- Feras, A., Mazuri G., Samar R., & Hussein A., *The Influence of Services Marketing Mix (7 Ps.) and Subjective Norms on Customer's Satisfaction in Islamic Banks of Palestine*. European Journal of Business and Management, Vol. 9 (27), 2017.

أو الاكتفاء بكتابة اسم المؤلف الأول بإضافة: et al التي تعني: وآخرون:

### مثال:

- Feras, A. et al., *The Influence of Services Marketing Mix (7 Ps.) and Subjective Norms on Customer's Satisfaction in Islamic Banks of Palestine*. European Journal of Business and Management, Vol. 9 (27), 2017.

### مواقع أنترنت:

يمكن كتابة مواقع الانترنت بعدة طرق، المهم أن تتضمن طريقة الكتابة البيانات اللازمة التي تسمح بالوصول إلى الصفحة أو المقال المذكور، وبشكل عام، تتضمن هذه البيانات (حسب توفرها): كاتب المقال، عنوان المقال، عنوان الموقع، الرابط وتاريخ نشر المقال أو تاريخ زيارة الموقع.

### مثال:

- Otlacan O., *Principles of e-Marketing*, available at: <https://www.peoi.org/Courses/Coursesen/emarket/emarket2.html> [Accessed : 27 December 2021]

## المحور الخامس: ملاحق البحث

## ملاحق البحث

### الخطة:

مفهوم الملاحق في البحث العلمي 

أهمية الملاحق في البحث العلمي 

أنواع الملاحق في البحث العلمي 

## 1. مفهوم الملاحق في البحث العلمي:

الملاحق لغة هي جمع لكلمة التذييل، ويقصد بها الإضافة إلى الشيء الذي يأتي إلى نصوص تفصيلية أو جوانب تتعلق بالأشياء التي سبق ذكرها. أما بالنسبة للمصطلحات، فإن ملحق البحث هو كل ما يأتي كإضافة أو إضافة بعد اكتماله ويقدم معلومات جديدة، وهي صفحات إضافية تقدم المزيد من الشرح والتفاصيل. وملحق البحث العلمي عبارة عن صفحات إضافية تأتي بعد الانتهاء من البحث وبعد قائمة المراجع. يمكن إطالة الملاحق أو تقصيرها، لأنها تقدم معلومات جديدة وإضافية أو واردة في نص البحث، ولكن يشار إليها<sup>1</sup>.

## 2. أهمية الملاحق في البحث العلمي:

لملاحق البحث العلمي أهمية تكمن فيما يلي<sup>2</sup>:

- ✎ تتضمن ملاحق البحث معلومات وبيانات ليس لها مكان ضمن متن البحث، ولكن هذه المعلومات مهمة ولا يكتمل البحث العلمي بدون ذكرها.
- ✎ وتكمن أهمية الملاحق أيضا على اعتبار أن الباحث يقوم بوضع الملفات والوثائق التي يكون حجمها كبير وعلى سبيل المثال: الصور أو جداول التي تضمن عدد كبير جدا من البيانات أو الخرائط وغيرها من معلومات مهمة للبحث.
- ✎ ومن أهمية الملاحق أنها توضح الغاية من هذه الدراسة بالشكل والأسلوب الواضح والمفهوم بالنسبة لكل القراء المختصين والغير مختصين في مجال البحث.

<sup>1</sup> ملاحق في البحث العلمي، نشر بتاريخ: 2021/02/25، اطلع عليه بتاريخ: 2022/01/781، رابط الموقع:

<https://www.alnabafoundation.com/D9%85%D9%8A/>

<sup>2</sup> أكاديمية الوفاق للبحث العلمي والتطوير، الملاحق والجداول في البحث العلمي، تاريخ الاطلاع:

2022/01/781، رابط الموقع: <https://www.alnabafoundation.com/85%D9%8A/>

كما تعرض الملاحق الأدلة والحجج والبراهين التي تدعم نتائج البحث، وتدعم ما توصل له الباحث من استنتاجات.

تضمن الملاحق اطلاع القارئ ومعرفته بجميع المصادر والوثائق التي استند عليها أثناء البحث وإعداد الدراسة.

تبرز ملاحق البحث العلمي الجهد الذي بذله الباحث من أجل إعداد البحث، وذلك من خلال عدد الوثائق والجداول العلمية وغير ذلك من مستندات تم وضعها في ملاحق البحث

ومن خلال ملاحق البحث يستطيع الباحث الاختصار، بحيث ينقل ذكر الكثير من الوثائق والمستندات وتفصيلها إلى ملاحق البحث.

### 3. أنواع الملاحق في البحث العلمي:

تشمل الملاحق كل ما يرى الباحث أهمية إطلاع القارئ عليه من الأمور التي استند إليها أثناء إعداد بحثه. ومن أهم الأمثلة على الملاحق في البحث العلمي:

أداة الدراسة من مثل الاستبيان بصورته الأولية والنهائية؛

الرسالة التي توجه للأساتذة والخبراء لغرض تحكيم للاستبيان، وأيضا أسماء المحكمين؛

الاختبارات والنتائج الإحصائية؛

الصور والرسوم التوضيحية والخرائط

الوثائق الرسمية كالقرارات والعقود والاتفاقيات؛

وفيما يلي بعض الأمثلة عن الملاحق المستخدمة في تقارير التبرص

### الشكل رقم: 7. نموذج (1) عن ملحق مستخدم في تقرير تريبص

### الملحق رقم: 2. نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	21

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q14A1	48.16	124.471	.253	.879
Q14A2	47.41	119.359	.477	.873
Q14A3	46.48	117.165	.501	.872
Q14A4	47.33	117.857	.513	.872
Q14B1	47.37	116.069	.503	.872
Q14B2	47.70	118.414	.446	.874
Q14B3	47.94	118.550	.547	.871
14B4	47.49	118.373	.416	.875
Q14C1	47.74	118.459	.430	.874
Q14C2	47.21	117.087	.450	.874
Q14C3	46.62	115.373	.509	.872
Q14D1	47.70	118.462	.497	.872
Q14D2	47.78	118.064	.501	.872
Q14D3	47.99	119.160	.557	.871
Q14E1	47.47	117.823	.460	.873
Q14E2	47.77	119.727	.453	.874
Q14E3	46.67	118.880	.464	.873
Q14E4	47.22	116.488	.585	.869
Q14E5	47.38	118.336	.460	.873
Q14E6	46.81	119.015	.491	.872
Q14E7	47.63	119.268	.465	.873

## الشكل رقم: 8. نموذج (2) عن ملحق مستخدم في تقرير تربص

الملحق رقم: 1 تسعيرة الهاتف الثابت لشركة اتصالات الجزائر

IDOOM FIXE	IDOOM FIXE	IDOOM FIXE
<p><b>idoom</b> Fixe</p> <p>L'illimité pour tous par Algerie télécom</p> <p>1000 دج / 30 يوما</p>	<p><b>idoom</b> Fixe</p> <p>L'illimité pour tous par Algerie télécom</p> <p>500 دج / 30 يوما</p>	<p><b>idoom</b> Fixe</p> <p>L'illimité pour tous par Algerie télécom</p> <p>250 دج / 30 يوما</p>
<p>محلي: مجاني</p> <p>وطني: مجاني</p> <p>محمول: 8 دج بدون رسوم / دقيقة غير مُجرّاه (تخفيض 15%)</p> <p>دولي: تخفيضات تصل إلى 30% على المكالمات الدولية حسب الوجهة - راجع جدول الرسوم التالي</p> <p>الأرقام المفضلة:</p> <p>(5) خمسة أرقام محمولة مفضلة ومكالمات بتسعيرة 2 دج/دقيقة.</p>	<p>محلي: مجاني</p> <p>وطني: مجاني</p> <p>محمول: 8 دج / دقيقة غير مُجرّاه</p> <p>دولي: راجع جدول الرسوم التالي</p> <p>الأرقام المفضلة:</p> <p>(2) رقمان محمولان مفضلان ومكالمات بتسعيرة 3 دج/دقيقة.</p>	<p>محلي: مجاني</p> <p>وطني: 3 دج بدون رسوم / دقيقة غير مُجرّاه</p> <p>محمول: 8 دج بدون رسوم / دقيقة غير مُجرّاه</p> <p>دولي: راجع جدول الرسوم التالي</p> <p>الأرقام المفضلة:</p> <p>(1) رقم محمول مفضل واحد ومكالمات بتسعيرة 4 دج/دقيقة (تخفيض يصل إلى 50%)</p>

المصدر: <https://www.algeriatelecom.dz/ar/particuliers/idoom-fixe-prod1>

## المحور السادس: فهرس البحث

## فهرس البحث

### الخطة:

مفهوم فهرس البحث



أشكال الفهارس في البحث



## 1. مفهوم فهرس البحث:

المقصود بفهرسة موضوعات وعناوين البحث العلمي، هو إقامة دليل ومرشد في نهاية البحث يبين أهم العناوين الأساسية والفرعية وفقا لتقسيمات خطة البحث، وأرقام الصفحات التي تحتويها، ليتمكن الاسترشاد به بطريقة عملية سهلة ومنظمة<sup>1</sup>.

والفهرس هو عبارة عن جدول أو قائمة تحتوي على العناوين الرئيسية والفرعية التي وردت في البحث أو التقرير، مع كتابة رقم الصفحة المتواجدة فيها. وتساعد الفهارس القارئ في إيجاد الموضوع أو الصفحة التي يريدتها مباشرة دون الحاجة إلى الاطلاع على كل البحث.

## 2. أشكال الفهارس في البحث :

توجد عدة أنواع من الفهارس، من أكثرها استخداما: فهرس المحتويات، فهرس الأشكال والجداول.

### 1.2. فهرس المحتويات

يتضمن محتويات البحث بدء بالشكر والإهداء، المقدمة، الخاتمة، المراجع والملاحق، مع فصول أو أجزاء البحث كالمباحث والمطالب. ويجب ترقيم العناوين في الفهرس بنفس الطريقة التي وردت فيها في البحث.

عندما تتفرع العناوين الرئيسية إلى عناوين جزئية متعددة؛ يمكن الاكتفاء بذكر العناوين ذات الأهمية، دون ذكر كل العناوين الفرعية الموجودة في البحث.

ويمكن كتابة الفهرس بطرق وأشكال مختلفة، منها الطريقتان التاليتان:

<sup>1</sup> ماتيو جيدير، مرجع سبق ذكره، ص ص 35-37.

## الشكل رقم: 9. نموذج (1) عن فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات (الطريقة الأولى)

الصفحة	العنوان
	إهداء
	شكر و عرفان
III	فهرس المحتويات
IV	قائمة الأشكال والجداول
أ	مقدمة عامة
1	<b>المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة</b>
2	<b>المطلب الأول: مفهوم وأهمية تسويق الخدمات</b>
2	1. مفهوم تسويق الخدمات
...	2. أهمية تسويق الخدمات
	<b>المطلب الثاني: عناصر المزيج الترويجي للخدمات</b>
	1. المزيج التسويقي رباعي العناصر 4Ps
	2. المزيج التسويقي الموسع ( ذو العناصر السبع ) 7Ps
	<b>المبحث الثاني: تقديم المؤسسة المستقبلية</b>
	<b>المطلب الأول: التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر</b>
	1. نشأة مؤسسة اتصالات الجزائر
	2. مهام وأهداف مؤسسة اتصالات الجزائر
	<b>المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر</b>

	المطلب الثالث: التعريف بالوكالة التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر
	1. مهام الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر
	2. الهيكل التنظيمي للوكالة التجارية لاتصالات الجزائر
	<b>المبحث الثالث: تقييم السياسات التسويقية لمؤسسة اتصالات الجزائر</b>
	المطلب الأول: نظرة عامة عن سوق المؤسسة
	المطلب الثاني: تشخيص عناصر المزيج التسويقي للمؤسسة
	الخاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

### الشكل رقم: 10. نموذج (2) عن فهرس المحتويات

#### فهرس المحتويات (الطريقة الثانية)

الصفحة	العنوان
	إهداء
	شكر و عرفان
III	فهرس المحتويات
IV	قائمة الأشكال والجداول
أ	مقدمة عامة
1	<b>I. الإطار النظري للدراسة</b>
2	I. 1. مفهوم وأهمية تسويق الخدمات

2	3. مفهوم تسويق الخدمات
...	4. أهمية تسويق الخدمات
	<b>I. 2. عناصر المزيج الترويجي للخدمات</b>
	<b>I. 1.2. المزيج التسويقي رباعي العناصر 4Ps</b>
	<b>I. 2.2. المزيج التسويقي الموسع ( ذو العناصر السبع ) 7Ps</b>
	<b>II. تقديم المؤسسة المستقبلية</b>
	<b>II. 1. التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر</b>
	<b>II. 1.1. نشأة مؤسسة اتصالات الجزائر</b>
	<b>II. 2.1. مهام وأهداف مؤسسة اتصالات الجزائر</b>
	<b>II. 2. الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر</b>
	<b>II. 3. التعريف بالوكالة التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر</b>
	<b>II. 1.3. مهام الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر</b>
	<b>II. 2.3. الهيكل التنظيمي للوكالة التجارية لاتصالات الجزائر</b>
	<b>III. تقييم السياسات التسويقية لمؤسسة اتصالات الجزائر</b>
	<b>III. 1. نظرة عامة عن سوق المؤسسة</b>
	<b>III. 2. تشخيص عناصر المزيج التسويقي للمؤسسة</b>
	الخاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

وفي حال اقتصر تقرير التريص على عرض الجزء التطبيقي دون التطرق للمفاهيم النظرية، فيمكن كتابة فهرس المحتويات بأحد الشكلين التاليين:

### الشكل رقم: 11. نموذج (3) عن فهرس المحتويات

#### فهرس المحتويات (الطريقة الأولى)

الصفحة	العنوان
	إهداء
	شكر وعرافان
III	فهرس المحتويات
IV	قائمة الأشكال والجداول
أ	مقدمة
1	<b>المبحث الأول: تقديم المؤسسة المستقبلة</b>
2	<b>المطلب الأول: التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر</b>
2	1. نشأة مؤسسة اتصالات الجزائر
	2. مهام وأهداف مؤسسة اتصالات الجزائر
	<b>المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر</b>
	<b>المطلب الثالث: التعريف بالوكالة التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر</b>
	1. مهام الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر
	2. الهيكل التنظيمي للوكالة التجارية لاتصالات الجزائر
	<b>المبحث الثاني: تقييم السياسات التسويقية لمؤسسة اتصالات الجزائر</b>

	المطلب الأول: نظرة عامة عن سوق المؤسسة
	المطلب الثاني: تشخيص عناصر المزيج التسويقي للمؤسسة
	الخاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

### الشكل رقم: 12. نموذج (4) عن فهرس المحتويات

#### فهرس المحتويات (الطريقة الثانية)

الصفحة	العنوان
	إهداء
	شكر و عرفان
III	فهرس المحتويات
IV	قائمة الأشكال والجداول
أ	مقدمة عامة
	<b>I. تقديم المؤسسة المستقبلية</b>
	<b>I. I. التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر</b>
	<b>I. I. I. نشأة مؤسسة اتصالات الجزائر</b>
	<b>I. I. I. مهام وأهداف مؤسسة اتصالات الجزائر</b>
	<b>I. I. الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر</b>

	I. 3. التعريف بالوكالة التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر
	I. 1.3. مهام الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر
	I. 2.3. الهيكل التنظيمي للوكالة التجارية لاتصالات الجزائر
	II. تقييم السياسات التسويقية لمؤسسة اتصالات الجزائر
	II. 1. نظرة عامة عن سوق المؤسسة
	II. 2. تشخيص عناصر المزيج التسويقي للمؤسسة
	الخاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

## 2.2. قائمة الأشكال والجداول:

يجب عرض كل الأشكال والجداول التي وردت في تقرير التربص مع ذكر الصفحات التي وردت فيها وذلك على النحو التالي:

الشكل رقم: 13. نموذج عن قائمة الأشكال

### قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
14		(1)
24		(2)
34		(3)
...	...	...

## الشكل رقم: 14. نموذج عن قائمة الجداول

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
30		(1)
37		(2)
41		(3)
...	...	...

## المحور السابع: إعداد الإستبيانات

## إعداد الاستبيانات

### الخطة:

- أدوات جمع البيانات في البحث العلمي 
- التهميش (الإشارة إلى الهوامش) 
- طرق توثيق المراجع 
- أشكال وقواعد تهميش المراجع 

## 1. أدوات جمع البيانات في البحث العلمي:

أدوات البحث العلمي هي مجموعة الوسائل والطرق والأساليب المختلفة، التي يعتمد عليها في الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لإنجاز البحث<sup>1</sup>. ومن أهم أدوات البحث: الملاحظة؛ المقابلة والاستبيان.

وعلى الباحث اختيار الطريقة الأنسب لبحثه، فلا يوجد طريقة يمكن تفضيلها بشكل مطلق على غيرها، فعملية اختيار أسلوب جمع البيانات يعتمد على عدة عوامل منها<sup>2</sup>:

- طبيعة البحث ومدى ملاءمة الوسيلة للبيانات المراد دراستها.

- طبيعة مجتمع وعينة الدراسة.

- ظروف الباحث من حيث قدراته المالية والوقت المتاح له ومدى معرفته باستخدام طريقة جمع البيانات.

### 1.1. الملاحظة:

الملاحظة هي إحدى الوسائل المهمة في جمع البيانات والمعلومات، وهناك قول شائع بأن العلم يبدأ بالملاحظة. وتبرز أهمية هذه الوسيلة في الدراسات الاجتماعية والنفسية وجميع المشكلات التي تتعلق بالسلوك الإنساني ومواقف الحياة الواقعية. وتستخدم الملاحظة في جمع البيانات التي يصعب الحصول عليها عن طريق المقابلة أو الاستقصاء<sup>3</sup>.

ويمكن تقسيم الملاحظة إلى قسمين<sup>4</sup>:

<sup>1</sup> ماتيو جيدير، مرجع سبق ذكره، ص 28.

<sup>2</sup> عبيدات وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص 54، 55.

<sup>3</sup> ماتيو جيدير، مرجع سبق ذكره، ص 28.

<sup>4</sup> نفس المرجع السابق، ص 29..

- **الملاحظة البسيطة:** وهي الملاحظة غير الموجهة للظواهر الطبيعية، حيث تحدث تلقائياً، وبدون أن تخضع لأي نوع من الضبط العلمي، ودون استخدام الباحث لأي نوع من أنواع أدوات القياس للتأكد من صحة الملاحظة ودقتها.
  - **الملاحظة المنظمة:** وهي الملاحظة الموجهة، والتي تخضع إلى أساليب الضبط العلمي، فهي تقوم على أسس منظمة ومركزة بعناية.
- وقد أثبتت الملاحظة المنظمة فعاليتها في تسهيل عملية تحليل العديد من النشاطات الإنسانية، وذلك باستخدام الصور الفوتوغرافية، والخرائط ...

### 2.1. المقابلة:

يمكن تعريف المقابلة بأنها عبارة عن محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث لمعرفته من أجل تحقيق أهداف الدراسة. ومن الأهداف الأساسية للمقابلة الحصول على البيانات التي يريدها الباحث بالإضافة إلى التعرف على ملامح أو مشاعر أو تصرفات المبحوثين في مواقف معينة<sup>1</sup>.

### 3.1. الاستبيان:

ويسمى أيضاً بالاستقصاء أو الاستبانة إلا أننا سنستخدم تسمية الاستبيان خلال هذه المطبوعة.

ويعرف الاستبيان بأنه أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد، وعادة ما تكون عبارة عن نموذج يحتوي عدداً من الأسئلة يطلب من عينة الدراسة الإجابة عنها<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عبيدات وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 55.

<sup>2</sup> محمود حسين الوادي، علي فلاح الزعبي، أساليب البحث العلمي- مدخل منهجي تطبيقي، دار المناهج للنشر، عمان، 2011، ص 205.

ويعتبر الاستبيان إحدى الوسائل الشائعة الاستعمال للحصول على المعلومات، وحقائق تتعلق بآراء واتجاهات الجمهور حول موضوع معين أو موقف معين. ويتكون الاستبيان من جدول من الأسئلة توزع على فئة من المجتمع (عينة) بواسطة البريد أو باليد أو قد تنشر في الإنترنت، حيث يطلب منهم الإجابة عليها وإعادتها إلى الباحث، والهدف منه هو الحصول على بيانات واقعية وليس مجرد انطباعات وآراء هامشية.

✎ بالإضافة إلى الأدوات التي سبق ذكرها، يستخدم الباحثون الأساليب الإسقاطية لجمع بيانات الدراسة، وذلك على اعتبار أن هناك الكثير من الأحاسيس والمشاعر الكامنة لدى الأفراد والتي من الصعب جمع بيانات عنها بالطرق السابقة (المقابلة، الملاحظة والاستبيان)، إما لعدم رغبة الأفراد بالإدلاء بها أو التعبير عنها، أو لعدم وعيهم بها وإدراكهم لها، وبالتالي لا بد من وجود وسيلة يؤثر فيها الباحث على المبحوث ليجعله يظهر تلك الأحاسيس بطريقة ما، حيث يتم اللجوء عادة لاستخدام الأساليب الإسقاطية. والتي يغلب استخدامها في الدراسات النفسية.

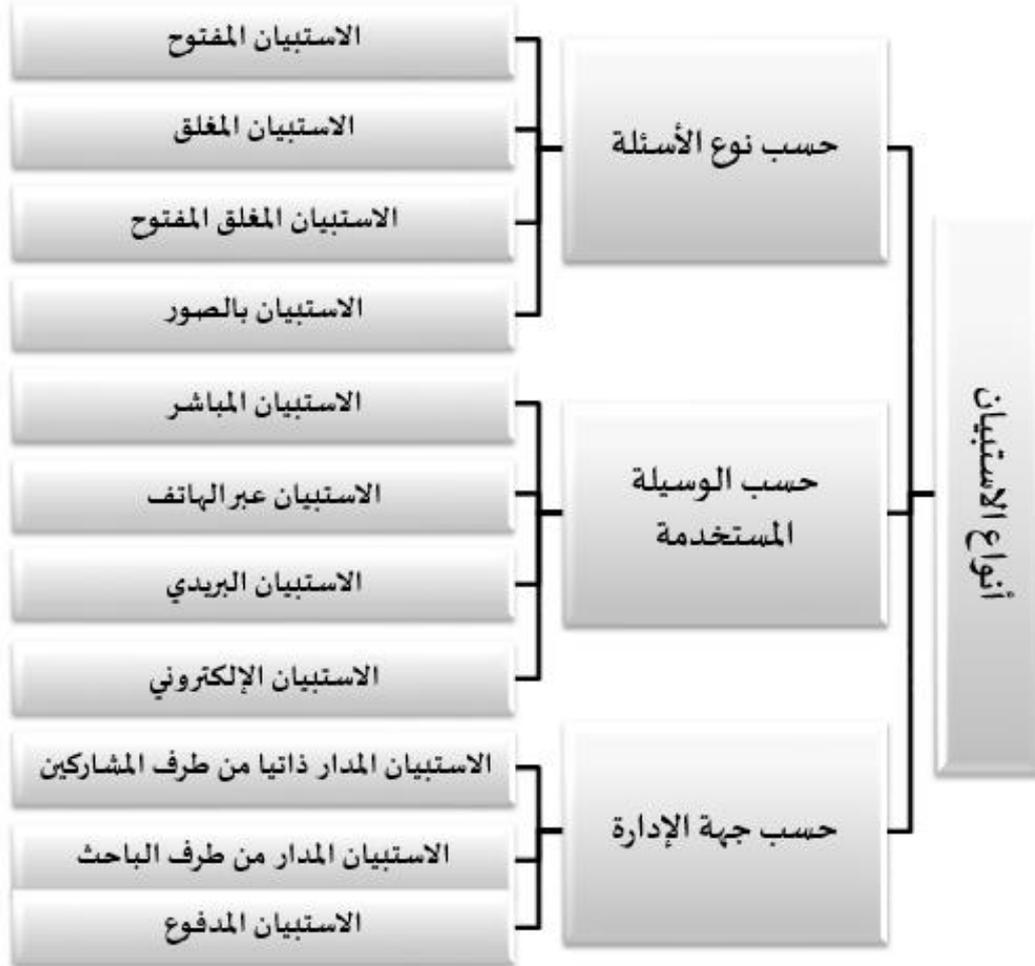
وتقوم هذه الوسيلة بتعريض المبحوث إلى مواقف معينة مثل الطلب منه أن يعبر عن صور معينة وإبداء رأيه حولها. وتعد هذه الوسيلة من أصعب الوسائل لجمع البيانات وتحتاج إلى مهارة كبيرة من طرف الباحث لتحليل ردود الفعل الناتجة ودراستها<sup>1</sup>.

## 2. أنواع الاستبيان في البحث العلمي:

يوجد أنواع مختلفة من الاستبيان يمكن للباحث الاختيار منها لإعداد الاستبيان الذي يناسب موضوع وأهداف دراسته أو بحثه. وبشكل عام تختلف أنواع الاستبيان بحسب الأسئلة التي يتضمنها أو على حسب الوسيلة المستخدمة في إيصال الاستبيان إلى الأشخاص الذين سيقومون بالإجابة على أسئلته، أو على حسب الجهة التي تتولى إدارته. ويمكن تمثيل مختلف أنواع الاستبيان على النحو الموضح في الشكل التالي:

<sup>1</sup> للتفصيل في الأساليب الإسقاطية، يمكن الرجوع إلى: عبيدات وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص 77-79.

## الشكل رقم: 15. أنواع الاستبيان في البحث العلمي



وفيما يلي عرض لمختلف أنواع الاستبيان<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> يمكن الرجوع إلى:

- المنارة للاستشارات، أنواع الاستبيان المستخدم في جمع البيانات، تاريخ الاطلاع: 2022/01/30، رابط الموقع: <https://www.manaraa.com/%D8%AA>
- خليفي وآخرون، منهجية تصميم الاستبانة في الدراسات التسويقية، مجلة تنمية الموارد البشرية، المجلد 14 (2)، ص ص 187، 193.

## 1.2. أنواع الاستبيان حسب نوع الأسئلة التي يحتويها:

### ☞ الاستبيان المفتوح (غير المحدد):

وهذا النوع من الاستبيان يتضمن أسئلة مفتوحة تحتاج إلى توضيح أو التعبير عن الرأي. ويتميز بأنه سهل من حيث الإعداد، إلا أنه يتطلب الوقت من أجل إعادة تصنيف وتلخيص وتحليل البيانات والمعلومات التي يتم الحصول عليها بالنظر لتنوعها، كما أنه يستغرق بعض الوقت للإجابة عن الأسئلة من قبل المشاركين.

### ✍ مثال:

✚ ما هي شريحة الهاتف النقال التي تستخدمها؟ .....

✚ ما هي اقتراحاتك لتحسين جودة الخدمات المقدمة؟

.....  
.....

### ☞ الاستبيان المغلق (المحدد):

ويتضمن هذا الاستبيان أسئلة ذات إجابة محددة، مثل: موافق أو غير موافق، نعم أو لا، بالإضافة إلى الأسئلة التي تتضمن اختيارات متعددة. ويتسم هذا النوع من الاستبيان بالبساطة والسهولة حيث أنه لا يتطلب من المجيبين وقتا كبيرا للإجابة عن الأسئلة.

## مثال:

المستوى الجامعي

ليسانس  ماستر  دكتوراه

هل لديك عمل خارج أوقات الدراسة؟

نعم  لا

كما تعتبر أسئلة المقياس أو سلم المواقف (*les échelles d'attitudes*) : أحد أنواع الأسئلة المغلقة ذات الإجابات المحددة. ويعتبر سلم (مقياس) ليكرت (*Likert*) أكثرها استخداماً؛ حيث يستخدم لإبداء درجة الموافقة أو عدم الموافقة على عبارة معينة بالاختيار بين عدد من الإجابات تتدرج من الموافقة إلى عدم الموافقة. ويعتبر التدرج الخماسي (ذو الخمس درجات أو إجابات) هو الأكثر استعمالاً.

## مثال:

تعتبر منتجات Samsung الأحسن جودة في السوق الجزائرية

موافق تماماً  موافق  محايد  غير موافق  غير موافق تماماً

على الرغم من بساطة طريقة الأسئلة المغلقة، إلا أنه يعاب عليها إلزام المجيبين بنوعية محددة من الإجابات دون التعبير عن أنفسهم بشكل كامل.

ويلخص الجدول الموالي مزايا وعيوب استخدام الأسئلة المفتوحة والمغلقة في الاستبيان.

#### الجدول رقم: 4. مزايا وعيوب الأسئلة المفتوحة والأسئلة المغلقة

أنواع الأسئلة	المزايا	العيوب
الأسئلة المفتوحة	<ul style="list-style-type: none"> <li>المعلومة المتحصل علمها تكون أكثر ثراء وتلقائية قد تعطي أفكارا جديدة لم تكن في حسابان الباحث.</li> <li>إعطاء مصداقية وموضوعية أكثر للدراسة، فالمجيب يمكن التعبير عن موقفه بحرية دون تأثير عليه.</li> <li>يفيد بكثرة عند جمع البيانات الخاصة بالدوافع.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>صعوبة فهم بعض الأسئلة المفتوحة.</li> <li>تستغرق وقتا وجهدا أكبر في الإجابة، وهذا لا يشجع المجيب.</li> <li>صعوبة تحويل إجابات هذه الأسئلة إلى إجابات كمية، ومنه صعوبة تفرغها، ترميزها وتبويبها</li> <li>كثرة حالات عدم الإجابة.</li> <li>إمكانية التحيز لأنها تتطلب مهارات في الكتابة والتعبير.</li> </ul>
الأسئلة المغلقة	ثنائية التفرع	<ul style="list-style-type: none"> <li>يسمح بإعطاء جواب بسيط لا يتطلب أكثر من جهد في وضع علامة في خانة</li> </ul>
	الإجابة أحادية	<ul style="list-style-type: none"> <li>سهولة الإجابة وسرعة ودقة عمليات الفرز والمعالجة الإحصائية.</li> <li>ردود الإجابة تكون مرتفعة</li> </ul>
	متعددة الخيارات	<ul style="list-style-type: none"> <li>تمثل دعما هاما للمجيب في تذكر الحالات الممكنة.</li> <li>تحمل اقتراحات متعددة ومتنوعة مما يقلل من المجهود الذهني للمجيب،</li> <li>سهولة وسرعة ودقة عمليات فرز الإجابة وتبويبها ومعالجتها إحصائيا،</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>هذه الأسئلة غير مجدية في الحالات التي تتطلب الحصول على بيانات يصرح عنها بصعوبة.</li> <li>قد تكون الإجابة المقترحة محددة جدا.</li> <li>قد تكون الإجابات عشوائية.</li> <li>هذا النوع من الأسئلة قد يثير إجابات قد لا تخطر ببال المجيب وبطريقة عفوية وكأنه فيها نوع من الإيحاء.</li> <li>أحيانا المجيب عند النظر إلى هذه الاحتمالات يختار الإجابة التي يراها منطقية بغض النظر عن الواقع، أو</li> </ul>

تلك التي يراها لائقة معقولة بغض النظر عن تصرفاته ورأيه الفعلي.	وهذا ينعكس على الجهد والوقت والتكاليف. ▪ يحفز المجيب على تعبئة الاستبانة لعدم احتياجها لوقت طويل أو تفكير.	
--	---	--

المصدر: خليفي وآخرون، منهجية تصميم الاستبانة في الدراسات التسويقية، مجلة تنمية الموارد البشرية، المجلد 14 (2)، ص ص 190، 191.

### ☞ الاستبيان المغلق المفتوح:

ويحتوي هذا الاستبيان على أسئلة متنوعة، حيث نجد فيه الأسئلة المحددة بالإضافة إلى الأسئلة التي تحتاج توضيح. ويعتبر هذا النوع أكثر كفاءة في الحصول على المعلومات من النوعين السابقين.

### ☞ مثال:

✚ ما هو معدل استخدامكم لمنصة التعليم عن بعد؟

يومية  3 مرات في الأسبوع  مرة واحدة في الأسبوع  غير ذلك (حددها) .....

### ☞ الاستبيان بالصور:

وهذا النوع من الاستبيان تكون فيه إجابات الأسئلة على شكل صور ورسومات، ويستخدم عندما يكون أفراد العينة أشخاص غير مؤهلين علمياً، أو من أطفال صغار السن، حيث تعتبر هذه الطريقة شيقة وجذابة بالنسبة لهم بالمقارنة مع الطرق الأخرى. إلا أن هذه الاستبانات تقتصر على المواضيع التي يمكن تمثيلها بخصائص بصرية فقط.

## 2.2. أنواع الاستبيان حسب الوسيلة المستخدمة في إيصاله:

### ☞ الاستبيان المباشر:

وهو الاستبيان الذي يقوم الباحث أو الشخص المكلف بتوصليه بتسليمه بشكل مباشر (باليد) إلى الأشخاص المجيبين، واستلامه منهم بعد الانتهاء من الإجابة بنفس الطريقة. وهي تعتبر من أفضل الطرق للتأكد من أنه تم الإجابة على جميع الاستبيانات، وكذا تطابق عدد الاستبيانات التي تم استلامها مع عدد الاستبيانات التي تم توزيعها على الأفراد المجيبين.

### ☞ الاستبيان عن طريق الهاتف:

وفي هذه الحالة يتم الاتصال بالأشخاص المجيبين هاتفيا وقراءة الأسئلة الموجودة في الاستبيان سؤالا بسؤالا وانتظار إجابتهم عنها ثم تدوين هذه الإجابات. وتتطلب هذه الطريقة الوقت والجهد بالإضافة إلى كونها مكلفة أكثر من غيرها من الطرق.

### ☞ الاستبيان البريدي:

وهو الذي يتم إرساله عبر البريد إلى عناوين الأفراد المستهدفين، حيث يطلب منهم إرجاع الاستبيانات بعد ملئها عن طريق البريد أيضا. إلا أن من عيوب هذه الطريقة أنه لا يمكن ضمان تجاوب الأفراد وإرجاعهم للاستبيان، كما أن تطور الانترنت ووسائل الاتصال فتح المجال أمام ظهور وسائل أكثر سهولة وكفاءة.

### ☞ الاستبيان الإلكتروني:

وهو الاستبيان الذي يتم نشره عن طريق مواقع الإنترنت أو مواقع التواصل الاجتماعي، ويتميز بأنه أقل تكلفة بالمقارنة مع الاستبيان الورقي وأنواع الاستبيانات الأخرى، كما يوفر الوقت والجهد. ويعرف الاستبيان الإلكتروني استخداما متزايدا في الوقت الحالي، إلا أنه يناسب الفئات التي تتقن استعمال الانترنت وتقنيات الاتصال الحديثة.

ويعتبر *Google Forms* أحد مواقع التصميم الإلكتروني للاستبيانات، كما يساعد في توزيع الاستبيان وجمع البيانات مع عرض بعض الإحصائيات كما هو موضح في الشكل الموالي:

### الشكل رقم: 16. نموذج عن استبيان باستخدام *Google Forms*

استبيان حول جودة خدمات شركات الاتصال في الجزائر

ما هو متعامل الهاتف النقال المفضل لديك؟

جازي

أوريدو

موبيليس

Envoyer

Ce formulaire a été créé dans Université de Boumerdes. [Signaler un cas d'utilisation abusive](#)

Google Forms

### 3.2. أنواع الاستبيان حسب جهة إدارتها:

#### • الاستبيان المدار ذاتياً من قبل المشاركين:

وهو الاستبيان الذي لا يتدخل الباحث في ملئه بعد تسليمه للمشاركين، كالإجابة على أسئلتهم، أو تقديم توضيح لهم.

### ☞ الاستبيان المدار من قبل الباحث:

وهو الاستبيان الذي يكون فيه الباحث مع مجموعة الأفراد المجيبين، بحيث يقوم بتوضيح ما يصعب عليهم، أو الإجابة عن تساؤلاتهم فيما يتعلق بالاستبيان. كما ظهر نوع جديد من الاستبيانات تم استخدامه من فترات قصيرة وهو:

### ☞ الاستبيان المدفوع : *Paid Questionnaires*

وفي هذه الحالة يقوم صاحب الاستبيان بدفع مقابل للأفراد المشاركين في ملأ الاستبيان، وغالبا ما يستخدم هذا الأسلوب من طرف الشركات لأخذ رأي المستهلكين في منتجاتها، حيث تهتم بجمع معلومات عن المنتج أو الخدمة من أفراد الفئة المستهدفة، بهدف تحسينه أو تقديم خدمات أو منتجات جديدة. وغير ذلك من القرارات بناء على ما تم جمعه من معلومات.

### 3. إيجابيات وسلبيات الاستبيان:

رغم أهمية الاستبيان كأداة للبحث وجمع المعلومات، إلا أن لديها بعض السلبيات التي تحد من موثوقية المعلومات التي تم الحصول عليها من خلالها. نستعرض فيما يلي بعض إيجابيات وسلبيات الاستبيان.

#### 1.3. إيجابيات الاستبيان:

يمكن تلخيص أهم إيجابيات الاستبيان في النقاط التالية<sup>1</sup>:

☞ يمتاز الاستبيان بتكلفته المنخفضة مقارنة بالمقابلة كأداة من أدوات جمع البيانات؛

☞ يقلل الاستبيان من التفاعل بين الباحث والمجيب، وبالتالي يقلل من أي تأثير للباحث

على المجيب؛

<sup>1</sup> القواسمة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 231.

☞ يتمتع المجيب بسرية تامة وحرية في اختيار الوقت المناسب لملا الاستبيان، وهذا ينعكس إيجابيا على إجابته؛

☞ مع انتشار الانترنت ووسائل الاتصال، أصبح بإمكان الباحث توزيع الاستبيان الخاص به إلى أكبر عدد ممكن من الأفراد في فترة زمنية قصيرة، مما يزيد في قيمة الاستبيان، و ينعكس إيجابا على تعميم النتائج.

### 2.3. عيوب الاستبيان:

تتمثل أهم عيوب الاستبيان في النقاط التالية<sup>1</sup>:

- ☞ انخفاض نسبة الاستجابة والردود بالمقارنة مع أدوات جمع البيانات الأخرى؛
- ☞ على خلاف المقابلة مثلا؛ يتطلب ملا الاستبانة مستوى تعليميا معيناً مما يحد من استخدامها لدى بعض الفئات ذوي المستوى المحدود أو الأميين على سبيل المثال؛
- ☞ لا يسمح الاستبيان بالإجابة على أسئلة واستفسارات الأفراد المجيبين، مما يتطلب صياغة أسئلته بعناية بحيث تكون واضحة ومباشرة ولا تتحمل تأويلات.
- ☞ للأفراد المجيبين على الاستبيان الحرية في الإجابة على الأسئلة وكتابة ما يشاؤون، مما ينعكس سلباً على صدق الإجابة.
- من خلال ما يتميز به الاستبيان من خصائص، يتوجب على الطالب مراعاة بعض الشروط عند تصميم الاستبيان بشكل عام، وإعداد وصياغة الأسئلة على وجه التحديد، بحيث يؤدي الاستبيان الوظيفة المنتظرة منه ويساعد في جمع البيانات اللازمة والمناسبة للدراسة.

<sup>1</sup> القواسمة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 231.

### 3.3. مواصفات الاستبيان الجيد:

من أهم مواصفات الاستبيان الجيد ما يلي<sup>1</sup>:

- ☞ يحتوي الاستبيان الجيد على جميع محتوياته متماسكة من البداية إلى النهاية.
- ☞ محتوى استبيان جيد يستخدم فيه الباحث من البداية إلى النهاية لغة سهلة ومفهومة بعيدة عن التعقيد.
- ☞ تعتبر عينة البحث المحدد الرئيسي في اختيار الهيكل العام الذي سيتم من خلاله كتابة الاستبيان. على سبيل المثال ، كانت عينة البحث من الأطفال الصغار. هنا تتم عملية كتابة الاستبيان بالشكل الذي يناسب عقلية الشباب .. وهكذا.
- ☞ يجب أن تكون الأسئلة في محتوى الاستبيان متوافقة مع بعضها البعض ، كما يجب أن تكون الأسئلة متوافقة مع إجاباتها ومع عينة البحث.
- ☞ من خصائص الاستبيان الجيد أن الباحث يحدد الطريقة التي يجيب بها عينة البحث على الأسئلة. هذا التوضيح يضع الباحث في المقدمة.
- ☞ يجب أن تكون عملية كتابة محتوى الاستبيان موضوعية وغير متحيزة في الأسئلة.
- ☞ إذا قام الباحث بكتابة مصطلحات علمية في محتوى الاستبيان ، فيجب أن تكون هناك عملية توضيح لهذه المصطلحات وأهميتها ضمن محتوى الاستبيان.

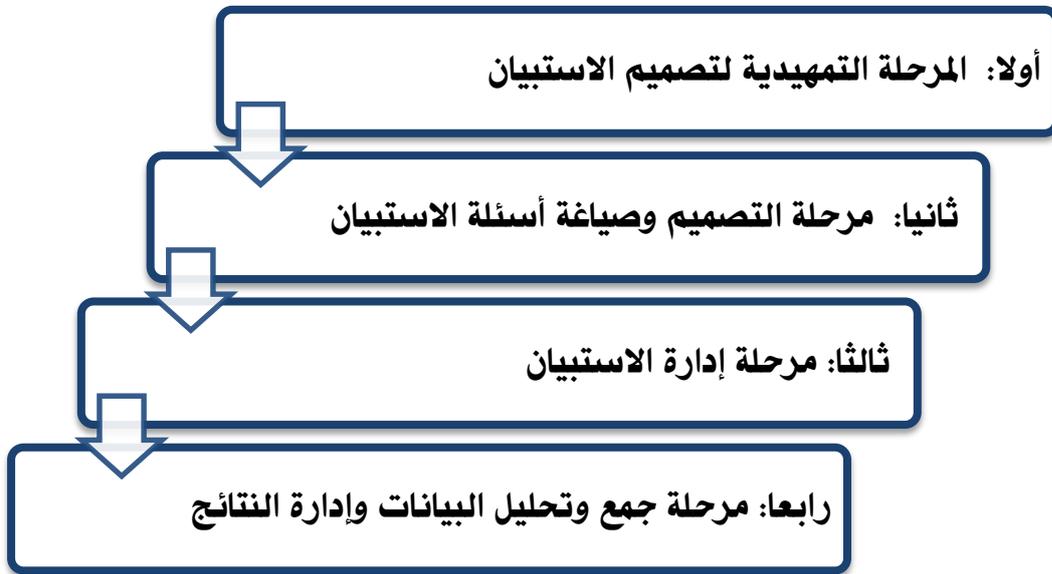
<sup>1</sup> مواصفات مقدمة الاستبيان الجيد، تاريخ الاطلاع: 2022/01/31، رابط الموقع:

<https://www.alnabafoundation.com/D9%8A%D8%AF/>

#### 4. مراحل إعداد الاستبيان:

يتطلب إعداد الاستبيان القيام بعدد من الخطوات للوصول إلى النتائج المنتظرة منه. وقد تم تحديد مجموعة من الخطوات المفصلة التي يمر بها الباحث أثناء دراسته<sup>1</sup>. وقد ارتأينا أن نقسم مراحل أو خطوات إعداد الاستبيان على النحو المبين في الشكل الموالي:

الشكل رقم: 17. مراحل إعداد الاستبيان



وفيما يلي شرح لمختلف هذه المراحل:

<sup>1</sup> يمكن الرجوع إلى:

- خلفي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص 187، 193.
- المهندس بن حسان السبيعي، دليل تصميم الاستبيانات – مباحث في أنواع الأسئلة والمقاييس، الإصدار الرابع، ب. د. ن، 2013، ص ص 24-26.

#### 1.4. المرحلة التمهيديّة لتصميم الاستبيان:

وفي هذه المرحلة يتم اختيار نوع الاستبيان الذي سيتم استخدامه، وطريقة توزيعه؛ هل سيتم طباعته وتوزيعه في نسخته الورقية أم بطريقة إلكترونية أو استخدام الطريقتين معاً؟ وكذا تحديد طبيعة الأسئلة التي يتضمنها؛ سواء كانت أسئلة مفتوحة أو أسئلة مغلقة، أو أسئلة متنوعة، بالإضافة إلى تحديد عينة البحث تحديداً دقيقاً، وذلك لأن الاستبيان في الأساس سيكون موجهاً لهذه العينة بهدف دراستها والحصول على المعلومات اللازمة منها، فمن خلال خصائص عينة البحث يستطيع تحديد الأسئلة التي سيوجهها إليهم.

#### 2.4. مرحلة التصميم وصياغة أسئلة الاستبيان:

وفي هذه المرحلة يتم تصميم استمارة الاستبيان من خلال صياغة الأسئلة المتعلقة بموضوع البحث بطريقة واضحة جذابة، وسلسلة، وبألفاظ سهلة كي يفهمها الأفراد المستجوبون، مع أهمية استخدام الأسلوب المهذب في طرح الأسئلة، مثل: يرجى الإجابة عن الأسئلة، وفي النهاية شكرًا على تعاونكم...

ويتم أيضا إجراء اختبار مسبق للاستبيان على عينة صغيرة من مجتمع الدراسة، كما يمكن عرض الاستبيان على المختصين أو الخبراء في مجال موضوع الدراسة لتقديم اقتراحاتهم وملاحظاتهم حول محتوى الأسئلة من حيث صياغتها، سلامة اللغة وهيكل الاستبانة، وإجراء التعديلات اللازمة قبل الاختبار التجريبي.

#### 3.4. مرحلة إدارة الاستبيان:

في هذه المرحلة يتم توزيع الاستبيان على أفراد عينة الدراسة ملئها والإجابة على أسئلته، ويمكن أن يتم ذلك من خلال اللقاء المباشر بالأفراد المجيبين، أو عن طريق إرسال الاستبيان بالبريد الإلكتروني أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثلا.

#### 4.4. مرحلة جمع وتحليل البيانات وعرض النتائج:

في هذه المرحلة يقوم الباحث أو الطالب بتحليل بيانات الاستبيان واستخلاص النتائج. وغالبا ما يتم استخدام الأساليب الإحصائية في التحليل، كحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، مع تمثيل البيانات باستخدام الدوائر المثلثية والمدرجات التكرارية، وغيرها. حيث تسمح عملة التحليل الإحصائي والتمثيل البياني لإجابات الأفراد بالوصول إلى النتائج المنتظرة من البحث<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> للتفصيل في الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات في الدراسات الكمية يمكن الرجوع إلى: Parina Patel, *Introduction to Quantitative Methods*, October 15, 2009. Retrieved from: [https://hls.harvard.edu/content/uploads/2011/12/quantitative\\_methods.pdf?redir=1](https://hls.harvard.edu/content/uploads/2011/12/quantitative_methods.pdf?redir=1). (Consulted on : 06/02/2022).

أسئلة للمراجعة مع إجابات مقترحة

## أسئلة للمراجعة

الجزء الأول: أجب عن الاسئلة التالية:

(1) ما هو الهدف من إجراء التريص؟

---

---

---

---

(2) ما هو الفرق بين التريص و تقرير التريص؟

---

---

---

---

(3) متى يتم إعداد تقرير التريص؟

---

---

---

---

(4) ما هي عناصر المقدمة؟

---

---

---

---

5) ما هو الفرق بين الخطة والفهرس؟

.....

.....

.....

.....

6) ما هو الفرق بين أهداف البحث وأهمية البحث؟

.....

.....

.....

.....

7) ما هو المكان الأنسب لكتابة فهرس المحتويات في تقرير التريص؟

.....

.....

.....

.....

8) ما هو الفرق بين الاستبيان المفتوح والاستبيان المغلق؟

.....

.....

.....

.....

### الجزء الثاني: يطلب منك صياغة الإشكالية المناسبة لمواضيع البحث التالية:

1) تمويل عمليات الاستيراد للمؤسسة – دراسة حالة مؤسسة كوندور.

2) دور الاعتماد المستندي في تمويل التجارة الخارجية.

3) استراتيجية التوزيع بملبنة ومجبنة بودواو.

4) ترويج الخدمات السياحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

5) دور وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية.

## الجزء الثالث: يطلب تصحيح الأخطاء الواردة في طريقة تهميش المراجع التالية:

- (1) طارق طه، التسويق بالإنترنت والتجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 45.
- (2) طارق طه، مرجع سبق ذكره، ص 59.
- (3) Kotler et al., *Marketing Management*, 13<sup>e</sup> édition, Pearson Education, Paris, 2009, p. 5.
- (4) Kotler et al., *Marketing Management*, 13<sup>e</sup> édition, Pearson Education, Paris, 2009, p. 5.
- (5) Kotler. et al., op. cit., p. 139.
- (6) محمد عبد العظيم أبو النجا، التسويق المتقدم، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 33.
- (7) رضوان المحمود العمر، مرجع سبق ذكره، ص 42.
- (8) رضوان المحمود العمر، نفس المرجع السابق، ص 42.
- (9) طارق طه، التسويق بالإنترنت والتجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 97.
- (10) زكريا عزام وآخرون، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 34-36.
- (11) رضوان المحمود العمر، مبادئ التسويق، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 20.
- (12) Van Laethem N., *Toute la fonction Marketing*, Dunod, paris, 2005, p. 13.
- (13) Kotler et al., *Marketing Management*, 13<sup>e</sup> édition, Pearson Education, Paris, 2009, pp. 6-10.
- (14) Van Laethem, Ibid., p. 96.
- (15) Kotler et al., op.cit., pp. 29-31
- (16) Kotler et al., op.cit., p. 32.
- (17) زكريا عزام وآخرون، مرجع سبق ذكره، 2008، ص 85.
- (18) زكريا عزام وآخرون، نفس المرجع السابق، ص 85.

## الإجابة عن الأسئلة

### إجابة نموذجية عن أسئلة الجزء الأول:

- 1) الهدف الرئيسي من إعداد تقرير التريص هو اكتساب الطالب لمعارف تطبيقية عملية من خلال زيارة مؤسسة معينة، بما يساعد في تعزيز وتدعيم معارفه النظرية التي تلقاها خلال فترة الدراسة بالجامعة.
- 2) التريص هو الفترة التي يقضيها الطالب المقبل على التخرج في إحدى المؤسسات للتعرف على طريقة سير أو إجراءات عمل وظيفة أو مصلحة بها، أما تقرير التريص فهو الوثيقة أو التقرير الذي يصف ويدون فيه حوصلة دراسته بما فيها معلومات حصل عليها خلال تواجده بالمؤسسة والنتائج التي توصل إليها.
- 3) يتم إعداد تقرير التريص خلال السداسي الأخير من سنة التخرج (السنة الثالثة) في طور الليسانس. إلا أن الإجراءات المرافقة له من اختيار الموضوع / المشرف / المؤسسة التي يجري فيها التريص تكون قبل هذه الفترة لضمان التحاق الطلبة بالمؤسسة في الأجل المحددة.
- 4) تضم مقدمة تقرير التريص العناصر المتعارف عليها في الدراسات والبحوث العلمية، والمتمثلة في: تمهيد مختصر للموضوع، الإشكالية، أسباب اختيار الموضوع، أهميته وأهدافه، حدود البحث الزمنية والمكانية، منهج وخطة البحث، ولا تتضمن مقدمة تقرير التريص فرضيات على اعتبار أن الهدف منه هو وصف حالة أو وظيفة بالمؤسسة وبالتالي لا مجال لصياغة فرضيات واختبارها.
- 5) توضح الخطة تقسيمات البحث أو تقرير التريص حيث يتم عرض أهم عناصر البحث أو العناوين الرئيسية بدون ذكر الصفحات التي تتضمنها، بينما يتم التفصيل في الفهرس حيث

يكتب فيه الباحث كل عناوين وعناصر البحث بالتفصيل مع الإحالة إلى الصفحة التي يوجد بها كل عنوان.

(6) الأهداف تمثل النتائج التي يسعى الباحث الوصول إليها، بينما تتعدى أهمية البحث النتائج إلى توضيح كيفية توظيف تلك النتائج كإثراء المعرفة والمكتبة أو لفت اهتمام المسيرين لنتائج وتوصيات البحث وغير ذلك.

(7) يمكن كتابة فهرس المحتويات وقائمة الأشكال والجداول إما في بداية التقرير أو البحث (بعد الصفحات التمهيدية من شكر وإهداء وغيرها وقبل المقدمة) أو في نهاية البحث، وكلتا الطريقتان صحيحتان، حيث تستخدم كل منهما في الكتب والمؤلفات، ما لم تحدد إدارة الكلية شروطا شكلية معينة لكتابة البحث.

(8) يتضمن الاستبيان المفتوح أسئلة مفتوحة يكون للمجيب الحرية في كتابة ما يريده دون تحديد أو تقييد، بخلاف الاستبيان المغلق الذي يتضمن أسئلة ذات إجابة محددة، يكون على المجيب الاختيار من بينها. ويتميز الاستبيان المفتوح بسهولة الإعداد، إلا أن تنوع المعلومات يتطلب الوقت والجهد لتلخيصها وتحليلها، على عكس الاستبيان المغلق الذي يتطلب الجهد والوقت في إعداده إلا أنه يتميز بالبساطة والسهولة في ملئه أو الإجابة عن أسئلته وتحليلها.

### إجابات مقترحة عن أسئلة الجزء الثاني:

(1) تمويل عمليات الاستيراد للمؤسسة - دراسة حالة مؤسسة كوندور

يمكن صياغة إشكالية البحث بأحد الأشكال التالية:

كيف يتم تمويل عمليات الاستيراد لمؤسسة كوندور؟ 

ما هي صيغ تمويل عمليات الاستيراد لمؤسسة كوندور؟ 

ما هي إجراءات تمويل عمليات الاستيراد لمؤسسة كوندور؟ 

## (2) دور الاعتماد المستندي في تمويل التجارة الخارجية

يمكن صياغة إشكالية البحث بأحد الأشكال التالية:

- ✍ كيف يتم تمويل التجارة الخارجية عن طريق الاعتماد المستندي؟
- ✍ ما هي إجراءات تمويل التجارة الخارجية عن طريق الاعتماد المستندي؟
- ✍ كيف يساهم الاعتماد المستندي في تمويل عمليات التجارة الخارجية؟

## (3) استراتيجية التوزيع بملبنة ومجبنة بوداوا

يمكن صياغة إشكالية البحث بأحد الأشكال التالية:

- ✍ ما هي استراتيجية التوزيع المتبعة بملبنة ومجبنة بوداوا؟
- ✍ كيف يتم توزيع منتجات ملبنة ومجبنة بوداوا؟

## (4) ترويج الخدمات السياحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

يمكن صياغة إشكالية البحث بأحد الأشكال التالية:

- ✍ ما هي طرق ترويج الخدمات السياحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ✍ كيف يتم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج للخدمات السياحية؟

## (5) وسائل الدفع الإلكترونية في كآلية لتفعيل التجارة الإلكترونية

يمكن صياغة إشكالية البحث بأحد الأشكال التالية:

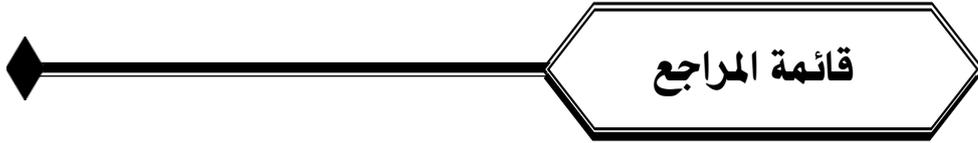
- ✍ كيف تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية؟
- ✍ ما هو دور وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية؟

## الجزء الثالث :

الرقم	التصحيح
(1)	طارق طه، التسويق بالإنترنت والتجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 45. طريقة التهميش صحيحة أول استخدام للمرجع تذكر كل المعلومات الخاصة به.
(2)	طارق طه، مرجع سبق ذكره، ص 59. عند إعادة ذكر نفس المرجع مباشرة لا يكتب اسم المؤلف، وإنما يكتب بالشكل: نفس المرجع السابق، ص 59.
(3)	Kotler et al., <i>Marketing Management</i> , 13 <sup>e</sup> édition, Pearson Education, Paris, 2009, p. 5. طريقة التهميش صحيحة (أنظر الملاحظة رقم: 1)
(4)	<del>Kotler. et al., op. cit., p. 139.</del> لا يكتب: Op. Cit والتي تعني مرجع سبق ذكره وإنما تستخدم كلمة: Ibid والتي تعني نفس المرجع السابق. وذلك على النحو التالي: Ibid. p. 139,
(5)	محمد عبد العظيم أبو النجا، التسويق المتقدم، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 33. طريقة التهميش صحيحة (أنظر الملاحظة رقم: 1)
(6)	رضوان المحمود العمر، مرجع سبق ذكره، ص 42. هذه المرة الأولى التي استخدم فيها المرجع، لهذا يجب ذكر كل المعلومات الخاصة به كما هي موجودة في الهامش رقم (10): رضوان المحمود العمر، مبادئ التسويق، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 42.

<p>(7) <b>رضوان المحمود العمر، نفس المرجع السابق، ص 42.</b></p> <p>لا داعي لكتابة اسم المؤلف، يكفي كتابة: نفس المرجع السابق، نفس الصفحة</p>	
<p>(8) طارق طه، <b>التسويق بالإنترنت والتجارة الإلكترونية، دار النشر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 97.</b></p> <p>سبق استخدام المرجع (الهامش رقم 1) لا داعي لتكرار المعلومات الخاصة به، يكفي كتابة: طارق طه، مرجع سبق ذكره، ص 97.</p>	
<p>(9) زكريا عزام وآخرون، <b>مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص ص 34-36.</b></p> <p>طريقة التهميش صحيحة (أنظر الملاحظة رقم: 1)</p>	
<p>(10) <del>رضوان المحمود العمر، مبادئ التسويق، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 20.</del></p> <p>سبق استخدام المرجع (الهامش رقم: 6) لا داعي لتكرار المعلومات الخاصة به، يكفي كتابة: رضوان المحمود العمر، مرجع سبق ذكره، ص 20.</p> <p>أوباختصار: العمر، مرجع سبق ذكره، ص 20.</p>	
<p>(11) <i>Van Laethem N., Toute la fonction Marketing, Dunod, paris, 2005, p. 13.</i></p> <p>طريقة التهميش صحيحة (أنظر الملاحظة رقم: 1)</p>	
<p>(12) <i>Kotler et al., Marketing Management, 13<sup>e</sup> édition, Pearson Education, Paris, 2009, pp. 6-10.</i></p> <p>سبق استخدام المرجع (الهامش رقم: 3) لا داعي لتكرار المعلومات الخاصة به، يكفي كتابة: Kotler et al., op. cit., pp. 6-10.</p>	
<p>(13) <i>Van Laethem, op.cit., p. 96.</i></p> <p>طريقة التهميش صحيحة.</p>	

<p><i>Kotler et al., op.cit., p. 32.</i></p> <p>طريقة التهميش صحيحة.</p>	(14)
<p><i>Kotler et al., <del>op.cit.</del>, p. 32.</i></p> <p>لا يكتب: <i>Op. Cit</i> والتي تعني مرجع سبق ذكره وإنما تستخدم كلمة: <i>Ibid</i> والتي تعني نفس المرجع السابق دون ذكر رقم الصفحة وهي في هذه الحالة تكون مرادفة لكلمة: <i>(Ibidem)</i> وذلك على النحو التالي:</p> <p><b>Ibid.</b></p>	(15)
<p>زكريا عزام وآخرون، مرجع سبق ذكره، 2008، ص 85.</p> <p>طريقة التهميش صحيحة .</p>	(16)
<p><del>زكريا عزام وآخرون</del> نفس المرجع السابق، ص 85.</p> <p>لا داعي لكتابة اسم المؤلف بما أنه تم ذكره في التهميش السابق، يكفي كتابة:</p> <p>نفس المرجع السابق، نفس الصفحة.</p>	(17)



## قائمة المراجع:

### أولاً: المراجع باللغة العربية:

#### كتب ومؤلفات:

1. أسماء عبد المطلب بني يونس، دليل المبتدئ إلى المناهج العامة في البحث العلمي، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2018.
2. أيمن أبو الروس، كيف تكتب بحثاً ناجحاً؟: 25 خطوة لإعداد البحوث والرسائل الجامعية، دار الطلائع للنشر والتوزيع والتصدير، القاهرة، 2010.
3. حسين عبد الفتاح الغامدي، عناصر محاضرات مادة البحث العلمي في التربية وعلم النفس، جامعة أم القرى بمكة المكرمة، 2005.
4. ربيعي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
5. رشدي القواسمة، جمال أبو الرز، مفيد أبو موسى، صابر أبو طالب، مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة، عمان، 2012.
6. عبد العزيز بن عبد الرحمن علي الربيعة، البحث العلمي حقيقته، ومصادره، ومادته، ومناهجه، وكتابته، وطباعته، ومناقشته، الجزء الثاني، الطبعة الثالثة، (د. ن)، الرياض، 2004.
7. غازي عناية، البحث العلمي - منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية (بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه)، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
8. ماتيو جيدير، منهجية البحث دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه، ترجمة ملكة أبيض، (ب. د. ن)، 2015.

9. متولي النقيب، مهارات البحث عن المعلومات وإعداد البحوث في البيئة الرقمية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.
10. محمد أزهر سعيد السمك، طرق البحث العلمي – أسس وتطبيقات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
11. محمد عبيدات، محمد أبو نصار وعقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي – القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، 1999.
12. محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.
13. محمود حسين الوادي، علي فلاح الزعبي، أساليب البحث العلمي - مدخل منهجي تطبيقي، دار المناهج للنشر، عمان، 2011.
14. مدحت أبو النصر، قواعد ومراحل البحث العلمي، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2004.
15. مركز البيان للدراسات والتخطيط، خطوات كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، سلسلة إصدارات مركز البيان للدراسات والتخطيط، دار الكتب والوثائق العراقية، العراق، العدد 13، 2017.
16. مصطفى دعس، منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2015.
17. المهند بن حسان السبيعي، دليل تصميم الاستبيانات – مباحث في أنواع الأسئلة والمقاييس، الإصدار الرابع، ب. د. ن، 2013.

### مقالات علمية:

1. خليفي وآخرون، منهجية تصميم الاستبانة في الدراسات التسويقية، مجلة تنمية الموارد البشرية، المجلد 14 (2).

2. ساجي مصطفى، موقف المستهلك الجزائري من أخلاقيات الإعلانات الإلكترونية – حالة عينة من أساتذة الجامعة الجزائرية 2021، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 21، الجزء 1، 2019.
3. مطالي ليلي وقهواجي أمينة، التسويق الاجتماعي كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة، مجلة أبعاد اقتصادية، العدد 9، الجزء 1، 2019.
4. مطالي ليلي، العلامة التجارية لصاحب العمل كأداة لكسب الموظف - العميل الموهوب - تصور جديد لعلاقة العمل ضمن مفهوم تسويق الموارد البشرية، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد 9، الجزء 2، 2020.
5. هوام عامر، دور التسويق الإلكتروني للخدمة الصحية في كسب رضا المريض دراسة حالة: العيادة الطبية لجراحة الأسنان عيسوق زياد- تبسة، المجلة الجزائرية للاقتصاد والتسيير، المجلد 15، العدد 1، 2021.

### مواقع الانترنت:

1. أنواع الاستبيان المستخدم في جمع البيانات، المنارة للاستشارات، تاريخ الاطلاع: 2022/01/30، رابط الموقع:

<https://www.manaraa.com/post/5637/%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA>

2. سمات المشرف الأكاديمي الجيد، المنارة للاستشارات، تاريخ الاطلاع: 2021/11/29، رابط الموقع:

<https://www.manaraa.com/post/3658/%D8%B3%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84AC%D9%8A%D8%AF->

3. كيفية اختيار موضوع البحث العلمي، موقع مبتعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية، اطلع عليه بتاريخ: 2021/11/30، رابط الموقع:

<https://mobt3ath.com/dets.php%D8%AD%D8%AB%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D9%85%D9%8A>

4. مبادئ اختيار موضوع البحث العلمي، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، نشر بتاريخ: 25 سبتمبر 2019، اطلع عليه بتاريخ: 2021/11/30، رابط الموقع:

<https://ajsrp.com/مبادئ-اختيار-موضوع-البحث/>

5. ملاحق في البحث العلمي، نشر بتاريخ: 2021/02/25، اطلع عليه بتاريخ: 2022/01/1241، رابط الموقع:

<https://www.alnabafoundation.com/%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D9%85%D9%8A/>

6. الملاحق والجداول في البحث العلمي، أكاديمية الوفاق للبحث العلمي والتطوير، تاريخ الاطلاع: 2022/01/1241، رابط الموقع:

<https://www.alnabafoundation.com/blog/%D9%85%D9%84%D8%A%D9%84%D9%85%D9%8A/>

7. مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحث، موقع مبتعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية، اطلع عليه بتاريخ: 2021/12/04. رابط الموقع:

<https://mobt3ath.com/dets.php%D8%A7%D8%AF%20%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AD%D8%AB>

8. مواصفات مقدمة الاستبيان الجيد، تاريخ الاطلاع: 2022/01/31، رابط الموقع:

<https://www.alnabafoundation.com/blog/%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%81%D8%A7%D8%AA-%D9%8A%D8%AF/>

9. هلال محمد علي السفيني، ما الفرق بين أهداف البحث وأهمية البحث التي يصيغها الباحث في خطة البحث؟، نشر بتاريخ: 2020/08/02، اطلع عليه بتاريخ: 2021/11/26، رابط الموقع:

<https://portal.arid.my/ar-LY/%D9%84%D9%81%D8%A9%20%D8%A7%D9>

**ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:**

1. Jean Otemikongo Mandefu Yahisule, *La recherche scientifique en sciences sociales et humaines*, l'Harmattan, paris, 2018,
2. Parina Patel, *Introduction to Quantitative Methods*, October 15, 2009. Retrieved from: [https://hls.harvard.edu/content/uploads/2011/12/quantitative\\_methods.pdf?redir=1](https://hls.harvard.edu/content/uploads/2011/12/quantitative_methods.pdf?redir=1). (Consulted on : 06/02/2022).
3. Paul N'Da, *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines: réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article*, l'Harmattan, paris, 2015, p. 28.
4. Public Health Research Guide: *Primary & Secondary Data Definitions*, Retrieved from: <https://researchguides.ben.edu/c.php?g=282050&p=4036581> (Consulted on : 24/01/2022).
5. The university of Adelaide, *Writing an abstract*, 2014. Retrieved from: <https://www.adelaide.edu.au/writingcentre/sites/default/files/docs/learningguide-writinganabstract.pdf>. (Consulted on : 30/12/2021).