



كلية التجارة  
قسم إدارة الأعمال

## دور المشارك الفلسطيني ببرامج اكتشاف المواهب في الترويج للقضية الفلسطينية

وراسة تطبيقية على طلبة الجامعات الفلسطينية (قطاع غزة)

### The Role of Palestinian Participant at Talent Discovery Programs in Promoting the Palestinian Case

An Empirical Study for Students of Palestinian  
Universities in "Gaza Strip"

#### رسالة مقدمة

للحصول على ورقة الماجستير في إدارة الأعمال

إعداد

الباحث / محمد عبد الجواد فارس شلail

إشراف

أ.د. عائشة مصطفى المنياوي

أستاذ التسويق - قسم إدارة الأعمال

كلية التجارة - جامعة عين شمس

د/ محمد على بركات د/ سامي سليم أبو طه

مدرس إدارة الأعمال - قسم إدارة الأعمال والمالية  
رئيس قسم العلوم الإدارية والمالية  
الكلية العربية الجامعية للعلوم التطبيقية - فلسطين  
كلية التجارة - جامعة عين شمس

٢٠١٨م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَعَلِمَ آوَمِ الْأَسْمَاءَ لِلَّهِ أَنَّمِ عَرَضَهُمْ عَلَى  
الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنِّيُوْنِي بِأَسْمَاءٍ هَوَّلَاءِ إِنِّي لُكْنَشَمْ  
صَادِقِينَ (٣١) قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا  
عَلِمْتَنَا إِلَيْكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ (٣٢)﴾

صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ،  
الْعَظِيمُ

سورة البقرة - الآيات (٣١، ٣٢)



كلية التجارة  
قسم إدارة الأعمال

## دور المشارك الفلسطيني ببرامج اكتشاف المواهب في الترويج للقضية الفلسطينية

وراسة تطبيقية على طلبة الجامعات الفلسطينية (قطاع غزة)

اسم الباحث: محمد عبد الجود فارس شلail

الدرجة العلمية: ماجستير في إدارة الأعمال

الكلية: التجارة

الجامعة: عين شمس

سنة المنح: ٢٠١٨

ب



كلية التجارة  
قسم إدارة الأعمال

رسالة ماجستير

اسم الباحث : محمد عبد الجود فارس شلail

عنوان الرسالة: دور المشارك الفلسطيني ببرامج اكتشاف

**الموهوب في الترويج للقضية الفلسطينية**

وراسة تطبيقية على طلبة الجامعات الفلسطينية (قطاع غزة)

الدرجة العلمية : ماجستير إدارة الأعمال

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة:

١- الأستاذ الدكتور/ عائشة مصطفى المياوى (مشرفاً ورئيساً)

أستاذ التسويق بقسم إدارة الأعمال بكلية التجارة - جامعة عين شمس

٢- الأستاذ الدكتور/ محمد خالد الأزعر (عضو)

أستاذ العلوم السياسية وأستاذ السياسة بمعهد البحوث العربية

والمستشار الثقافي لسفارة فلسطين بالقاهرة

٣- السيد الدكتور/ مديحة رفعت مطاوع (عضو)

أستاذ ساعد بقسم إدارة الأعمال بكلية التجارة - جامعة عين شمس

تاریخ المناقشة:

الدراسات العليا

أجيزت الرسالة بتاريخ

٢٠١٨/...../.....

موافقة مجلس الجامعة

٢٠١٨/...../.....

ختم الإجازة

٢٠١٨/...../.....

موافقة مجلس الكلية

٢٠١٨/...../.....

اهداء

الْحَقْ وَ الْحَقِيقَةُ

## أهدي هذا العمل

## شكر وتقدير

يسعد الباحث لله العلي القدير حمدًا وشكراً وثناءً أن وفقه في إمام هذا البحث، سائله أطوي عز وجل أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم. ويتوجه الباحث بأسمى آيات الشكر والوفاء والعرفان بأجمله للأستاذ **الدكتور/ عائشة مصطفى المياوي**، أستاذ التسويق - كلية التجارة - جامعة عين شمس، طا غمرتني به من علم وخلق، وما أحاطتني به من رعاية وحسن توجيه، وما قدمته لي من نصائح وإرشادات بما كان له عظيم الأثر في إخراج هذا البحث، فقد كانت نعم اموجه وغير المعلم، ولا يستطيع الباحث أن يوفيها حقها مهما طالت كلمات الشكر والتقدير، بارك الله فيها وبرأها عن العلم وطلابه غير أجزاء.

وينقدم الباحث خالص الشكر والتقدير إلى **الأستاذ الدكتور/ محمد خالد الأزرع**، المستشار الثقافي لسفارة فلسطين بالقاهرة، على تفضله سيارته بموافقته على امتهانه في مجنته أحكام وآمناقشت.

كما يتوجه الباحث خالص الشكر وعظيم التقدير والأمتنان إلى **الدكتورة/ مديحة رفعت مطاوع**، مدرس إدارة الأعمال بكلية التجارة - جامعة عين شمس لتفضله سيارتها على امتهانه في مجنته آمناقشت، وأحكام على الرسالت.

وينقدم الباحث خالص الشكر والتقدير إلى **الدكتور/ محمد علي بركات**، مدرس إدارة الأعمال بكلية التجارة - جامعة عين شمس.

كما يتوجه الباحث خالص الشكر وعظيم التقدير إلى **الدكتور/ سامي سليم أبو طة**، مدرس إدارة الأعمال بكلية العربية أكاديمية للعلوم التطبيقية، لتفضله سيارتها على امتهانه في الإشراف على الرسالت.

كما تقدم الباحث بجزيل الشكر والتقدير لكلية التجارة جامعة عين شمس.

كما يطيب للباحث أن تقدم خالص أحب والفت وتقدير إلى كل من والدي العزيز الذي كان سند لي طوال مشوار حياتي ، وإلى زوجتي أحببتي فهي التي تحملت بعد ومشقة رعاية الأبناء ، وإلى أبنائي الأعزاء الذين تحملوا غيابي أثناء فترة دراستي . كما أتقدم بعظيم الشكر إلى اختي الغاليه أم أرهم وزوجها عماد شلاب الدين استضافاني فترة دراستي بمصر وتحملوا معن عناه إمام هذا العمل المتواضع . وأنقدم بأسمى آيات أحب والتقدير إلى عائلتي وأحبابي وأصدقائي وزملائي الذين عاشوا معن نبضاته ومسيره هذا العمل بكل أحب والتشجيع فلهم مني كل الشكر والعرفان - داعي الله عز وجل أن يبارك لي فيهم ، فينراهم الله عني خير أجزاء . وفي النهاية أتقدم بالشكر إلى جمهوريت مصر العربية لاحتضانها الباحثين على مختلف جنسياتهم ، حفظ الله مصر و فلسطين .

**اللهم أجعل عملي هذا عملاً مقبولاً وسعي فيه مرضياً ومشكورةً، مبتغياً به وجهك الكريم، وأخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين**

الباحث

## مستخلص الدراسة باللغة العربية

### □ "دور المشارك الفلسطيني ببرامج اكتشاف المواهب في الترويج للقضية الفلسطينية"

#### دراسة تطبيقية على طلبة الجامعات الفلسطينية (قطاع غزة)

الباحث / محمد عبد الجواد فارس شلail

كلية التجارة - جامعة عين شمس

تناولت هذه الدراسة مجموعة من أبعاد المشارك الفلسطيني ببرامج اكتشاف المواهب من غناء وموسيقى وفن تشكيلي و بيان أثرها على أبعاد الترويج من تعريف وتأثير وإنقاذ وقد تم جمع البيانات من طلاب الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة. وهدفت هذه الدراسة إلى توظيف أبعاد المشارك الفلسطيني بغرض معرفة دوره على أبعاد الترويج للقضية الفلسطينية وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:-

توضيح العلاقة بين الأدوار المختلفة للمشارك الفلسطيني (غناء، موسيقى، فن تشكيلي) على أبعاد الترويج للقضية الفلسطينية (التعريف، التأثير، الإنقاذ).

والاختلافات بين آراء المستقصي منهم حول الأدوار المختلفة للمشارك الفلسطيني (غناء، موسيقى، فن تشكيلي) على الترويج للقضية الفلسطينية على أساس العوامل الديمغرافية من ناحية الجنس (ذكر، أنثى).

تبعد أهمية الدراسة العلمية من كونها توفر للمهتمين في التسويق الفهم الكافي لأسلوب الترويج بما يخدم أهداف القضية الفلسطينية في الواقع العملي وذلك من خلال القدرة على اكتشاف أساليب جديدة للترويج للقضية الفلسطينية بما يخدم أهدافها.

ندرة الدراسات العربية في حدود علم الباحث التي تناولت دور برامج اكتشاف المواهب في الترويج للقضية الفلسطينية.

وقد توصلت الدراسة بوجود علاقة جوهرية طردية بين أبعاد المشارك الفلسطيني (غناء، موسيقى، فن تشكيلي) وأبعاد الترويج (تعريف، تأثير، إنقاذ).

وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لنوع المشارك بموهبة الغناء مع وجود فروق بالنسبة للمشاركة بموهبة الموسيقى والفن التشكيلي لصالح الذكور.

## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	آية قرآنية
ب	تعريف الباحث
ج	لجنة المناقشة والحكم على الرسالة
د	إداء
هـ	تقدير
ز	المستخلص
ح	قائمة المحتويات
ل	فهرس الجداول
ن	فهرس الأشكال
٢٠-١	<b>الفصل الأول: الإطار العام للدراسة</b>
١	١/١ مقدمة
٣	٢/١ الدراسة الاستطلاعية
٤	٣/١ الدراسات السابقة
١٢	٤/١ مشكلة الدراسة
١٣	٥/١ أهمية الدراسة
١٣	٦/١ أهداف الدراسة
١٤	٧/١ فروض الدراسة
١٥	٨/١ متغيرات الدراسة
١٧	٩/١ منهج الدراسة
١٧	١٠/١ مصادر جمع البيانات
١٨	١١/١ مجتمع وعينة الدراسة
١٩	١٢/١ حدود الدراسة
٢٠	١٣/١ مصطلحات الدراسة

## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
٤٠-٤١	<b>الفصل الثاني: التسويق السياسي و التسويق المرتبط بقضية</b>
٤١	١/٢ مقدمة
٤٢	٢/٢ مفهوم التسويق السياسي
٤٤	٣/٢ تطور التسويق السياسي
٤٥	٤/٢ الخصائص الهيكلية والعملية للتسويق السياسي
٤٦	٥/٢ الانتقادات الموجهه للتسويق السياسي
٤٧	٦/٢ السياسة والتسويق
٤٩	٧/٢ التسويق السياسي الشامل
٤٩	٨/٢ دور وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق السياسي
٥١	٩/٢ التسويق السياسي والمستهلك السياسي
٥١	١٠/٢ التسويق المرتبط بالقضايا
٥٢	١١/٢ تعريف التسويق المرتبط بالقضايا
٥٢	١٢/٢ الفئات المستقيدة من التسويق المرتبط بالقضايا
٥٥	١٣/٢ أهمية التسويق المرتبط بالقضايا
٥٥	١٤/٢ العوامل المؤثرة على التسويق المرتبط بالقضايا
٥٨	١٥/٢ العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والتسويق المرتبط بالقضايا
٤٠	١٦/٢ الخلاصة
٥٨-٤١	<b>الفصل الثالث: الترويج السياسي و برامج اكتشاف المواهب</b>
٤١	١/٣ مقدمة
٤٢	٢/٣ مفهوم الترويج السياسي
٤٢	٣/٣ تعريف الترويج السياسي
٤٣	٤/٣ أبعاد الترويج السياسي
٤٥	٥/٣ طرق الترويج السياسي
٤٥	٦/٣ استراتيجيات الترويج السياسي
٤٧	٧/٣ برامج اكتشاف المواهب

## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
٤٩	٨/٣ أهم برامج اكتشاف المواهب
٥٢	٩/٣ مجموعة MBC
٥٣	١٠/٣ دور الفن والثقافة في فلسطين و المشاركة ببرامج اكتشاف المواهب
٥٣	١١/٣ أنواع المواهب
٥٦	١٢/٣ محمد عساف نموذج فلسطيني
٥٨	١٣/٣ الخلاصة
٦٨-٦٩	الفصل الرابع: منهجية الدراسة
٦٩	١/٤ متغيرات الدراسة
٦٠	٤/٢ الدراسة الاستطلاعية
٦٢	٤/٣ مجتمع وحدود الدراسة
٦٣	٤/٤ أهداف الدراسة
٦٣	٤/٥ فروض الدراسة
٦٤	٤/٦ أهم مصادر البيانات
٦٦	٤/٧ المعالجة الاحصائية للبيانات
٦٧	٤/٨ تحليل بيانات قوائم الاستقصاء والاختبارات الإحصائية
-٦٩	الفصل الخامس: الدراسة الميدانية ونتائج الفرض
٦٩	٥/١ مقدمة
٧٠	٥/٢ خطوات الدراسة الاجرائية
٧٠	٥/٣ أهداف وفرضيات الدراسة
٧١	٥/٤ اختبار ثبات وصدق المقياس
٧٦	٥/٥ الأساليب الاحصائية
٧٧	٥/٦ التحليل الوصفي
٧٧	٥/٧ الاحصاءات الاستدلالية لمتغيرات الدراسة
٨٤	٥/٨ اختبار فروض الدراسة

## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
١٠١-٩٠	الفصل السادس: نتائج و توصيات الدراسة
٩٠	١/٦ مناقشة نتائج الدراسة
٩٧	٢/٦ مقارنة مع الدراسات السابقة
٩٨	٣/٦ التوصيات
١٠١	٤/٦ مقتراحات بدراسات مستقبلية
١٠٩-١٠٢	<b>قائمة المراجع</b>
١٠٢	أولاً: المراجع العربية
١٠٤	ثانياً: المراجع الأجنبية
١١٣-١١٠	<b>قائمة ملخص</b>
--	ملخص الدراسة باللغة العربية
--	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية

## فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	م
١٨	الطلاب وتقسيمه على الجامعات بغزة	١/١
١٩	توزيع العينة المطلوبة من الجامعات وفقاً لعددها ونسبتها	٢/١
٢٥	الخصائص الهيكيلية والعملية للتسويق السياسي	١/٢
٣٧	العوامل المؤثرة على ادراك المستهلكين لحملات التسويق المرتبط بقضايا	٢/٢
٥٩	متغيرات الدراسة	١/٤
٦٢	عدد الطلاب وتقسيمه على الجامعات بقطاع غزة	٢/٤
٦٤	توزيع عبارات الاستقصاء	٣/٤
٧١	معامل الثبات ألفا كرونباخ لكل مجال من مجالات المقياس	١/٥
٧٢	معاملات الارتباط لكل مجال من مجالات المقياس بطريقة التجزئة	٢/٥
٧٣	معاملات الارتباط بين درجة كل مجال والدرجة الكلية للمقياس	٣/٥
٧٤	معاملات الارتباط بين فقرات المجال الأول والدرجة الكلية للمجال	٤/٥
٧٥	معاملات الارتباط بين فقرات مجال موهبة الغناء والدرجة الكلية للمجال	٥/٥
٧٥	معاملات الارتباط بين فقرات مجال موهبة الموسيقى والدرجة الكلية للمجال	٦/٥
٧٦	معاملات الارتباط بين فقرات مجال الفن التشكيلي والدرجة الكلية للمجال	٧/٥
٧٧	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي النوع	٨/٥
٧٨	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للموهبة	٩/٥
٧٩	المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري للوسط الحسابي النسبي	١٠/٥
٨٠	المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري للوسط الحسابي النسبي للغناء	١١/٥
٨٢	المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري للوسط الحسابي النسبي للموسيقى	١٢/٥
٨٣	المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري للوسط الحسابي النسبي للفن	١٣/٥
٨٥	معامل الارتباط بين أبعاد الدراسة والتعریف بالقضية الفلسطينية	١٤/٥
٨٦	معامل الارتباط بين أبعاد الدراسة والتأثير بالقضية الفلسطينية	١٥/٥

## فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	م
٨٧	معامل الارتباط بين أبعاد الدراسة والإتقان بالقضية الفلسطينية	١٦/٥
٨٨	اختبار T لعینتين مستقلتين لموهبة الغناء تعزى إلى متغير الجنس	١٧/٥
٨٩	اختبار T لعینتين مستقلتين لموهبة الموسيقى تعزى إلى متغير الجنس	١٨/٥
٩٠	اختبار T لعینتين مستقلتين لموهبة الفن التشكيلي تعزى إلى متغير الجنس	١٩/٥
١٠٠	أهم التوصيات وآلية تفيذها	١/٦

## فهرس الأشكال

الصفحة	الشكل	م
١٥	الإطار العام للدراسة	١/١
٢٨	التسويق السياسي	١/٢
٢٨	التسويق التجاري	٢/٢
٣٣	الفئات المستفيدة من التسويق المرتبط بقضايا	٣/٢
٤٤	أبعاد الترويج	١/٣
٤٧	عناصر استراتيجية الترويج السياسي	٢/٣