



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 علي درجة الماجستير في إدارة الأعمال

### إعداد

الباحث / محمد عبد الجواد فارس شلايل

### إشراف

أ.د. عائشة مصطفى المنياوي

أستاذة التسويق - قسم إدارة الأعمال  
كلية التجارة - جامعة عين شمس

د / سامي سليم أبوطه

رئيس قسم العلوم الإدارية والمالية  
الكلية العربية الجامعية للعلوم التطبيقية- فلسطين

د / محمد علي بركات

مدرس إدارة الأعمال - قسم إدارة الأعمال  
كلية التجارة - جامعة عين شمس

٢٠١٨م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى  
الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ  
صَادِقِينَ (٣١) قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا  
عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ (٣٢)﴾

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

سورة البقرة - الآيات (٣١، ٣٢)



كلية التجارة  
قسم إدارة الأعمال

# **دورالمشارك الفلسطينى ببرامج اكتشاف المواهب فى الترويج للقضية الفلسطينية**

وراسة تطبيقية على طلبة (الجامعات الفلسطينية) قطاع غزة)

اسم الباحث: محمد عبد الجواد فارس شلايل

الدرجة العلمية: ماجستير فى إدارة الأعمال

الكلية: التجارة

الجامعة: عين شمس

سنة المنح: ٢٠١٨



كلية التجارة  
قسم إدارة الأعمال

رسالة ماجستير

اسم الباحث : محمد عبد الجواد فارس شلايل

عنوان الرسالة: دور المشارك الفلسطيني ببرامج اكتشاف  
المواهب 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 المنياوى (مشرفاً ورئيساً)

أستاذ التسويق بقسم إدارة الأعمال بكلية التجارة - جامعة عين شمس

٢- الأستاذ الدكتور/ محمد خالد الأزعر (عضواً)

أستاذ العلوم السياسية وأستاذ السياسة بمعهد البحوث العربية

والمستشار الثقافي لسفارة فلسطين بالقاهرة

٣- السيد الدكتور/ مديحة رفعت مطاوع (عضواً)

أستاذ مساعير بقسم إدارة الأعمال بكلية التجارة - جامعة عين شمس

تاريخ المناقشة:

الدراسات العليا

أجيزت الرسالة بتاريخ

٢٠١٨/...../.....

موافقة مجلس الجامعة

٢٠١٨/...../.....

ختم الإجازة

٢٠١٨/...../.....

موافقة مجلس الكلية

٢٠١٨/...../.....

**إهداء**

**إلى زوجتي الحبيبة**

.....

**أهدي هذا العمل**

## شكر وتقدير

يسجد الباحث لله العليّ القدير حمداً وشكراً وثناءً أن وفقه في إتمام هذا البحث، سائل المولى عز وجل أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم.

ويتوجه الباحث بأسمى آيات الشكر والوفاء والعرفان بأجميل **للاستاذ الدكتور/ عائشة مصطفى المنياوي**، أستاذ التسويق – كلية التجارة – جامعة عين شمس، لما غمرتني به من علم وخلق، وما أحاطني به من رعاية وحسن توجيه، وما قدمته لي من نصائح وإرشادات بما كان له عظيم الأثر في إخراج هذا البحث، فقد كانت نعم الموجه وخير المعلم، ولا يستطيع الباحث أن يوفيها حقها مهما طالت كلمات الشكر والتقدير، بارك الله فيها وجزاها عن العلم وطلابها خير الجزاء.

ويتقدم الباحث بخالص الشكر والتقدير إلى **الأستاذ الدكتور/ محمد خالد الأزهر**، المستشار الثقافي لسفارة فلسطين بالقاهرة، على تفضل سيادته بالموافقة على المشاركة في لجنة الحكم والمناقشة.

كما يتوجه الباحث بخالص الشكر وعظيم التقدير والأمتنان إلى **الدكتورة/ مديحة رفعت مطاوع**، مدرس إدارة الأعمال بكلية التجارة – جامعة عين شمس لتفضل سيادتها على المشاركة في لجنة المناقشة، وأحكم على الرسالت.

ويتقدم الباحث بخالص الشكر والتقدير إلى **الدكتور/ محمد علي بركات**، مدرس إدارة الأعمال بكلية التجارة – جامعة عين شمس.

كما يتوجه الباحث بخالص الشكر وعظيم التقدير إلى **الدكتور/ سامي سليم أبوطة**، مدرس إدارة الأعمال بكلية العربية أكمعية للعلوم التطبيقية، لتفضل سيادتها على المشاركة في الإشراف على الرسالت.

كما تتقدم الباحث بخير الشكر والتقدير لكلية التجارة جامعة عين شمس.

كما يطيب للباحث أن تتقدم بخالص الحب والفخر والتقدير إلى كل من والدي العزير الذي كان سند لي طوال مشوار حياتي ، وإلى زوجتي أكبيبت فهي التي تحملت البعد ومشقت رعايت الأبناء ، وإلى أبنائي الأعزاء الذين تحملوا غيابي أثناء فترة دراستي. كما أتقدم بعظيم الشكر إلى اختي الغالية أم أدهم وزوجها عماد شلايل الذين استضافاني فترة دراستي بمصر وتحملوا معي عناء إتمام هذا العمل المتواضع .  
وأقدم بأسمى آيات الحب والتقدير إلى عائلتي وأحبائي وأصدقائي وزملائي الذين عاشوا معي نبضات ومسيرة هذا العمل بكل الحب والتشجيع فلهم مني كل الشكر والعرفان - داعي الله عز وجل أن يبارك لي فيهم ، فجزاهم الله عني خير الجزاء .  
وفي النهاية أتقدم بالشكر إلى جمهورية مصر العربية لاحتضانها الباحثين على مختلف جنسياتهم ، حفظ الله مصر و فلسطين.

**اللهم اجعل عملي هذا عملاً مقبولاً وسعي فيه مرضياً ومشكوراً، مبتغياً  
به وجهك الكريم، وآخر 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 شلايل

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 وإقناع وقد تم جمع البيانات من طلاب الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة. وهدفت هذه الدراسة إلى توضيف 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، الإقناع).

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

تتبع 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 جوهريّة طردية بين أبعاد المشارك الفلسطيني (غناء، موسيقى، فن تشكيلي) وأبعاد الترويج (تعريف، تأثير، إقناع).

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 علي الرسالة
د	إهداء
هـ	شكر وتقدير
ز	المستخلص
ح	قائمة المحتويات
ل	فهرس الجداول
ن	فهرس الأشكال
٢٠-١	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
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

الصفحة	الموضوع
٤٠-٢١	<b>الفصل الثاني: التسويق السياسي و التسويق المرتبط بقضية</b>
٢١	١/٢ مقدمة
٢٢	٢/٢ مفهوم التسويق السياسي
٢٤	٣/٢ تطور التسويق السياسي
٢٥	٤/٢ الخصائص الهيكلية والعملية للتسويق السياسي
٢٦	٥/٢ الانتقادات الموجهة للتسويق السياسي
٢٧	٦/٢ السياسة والتسويق
٢٩	٧/٢ التسويق السياسي الشامل
٢٩	٨/٢ دور وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق السياسي
٣١	٩/٢ التسويق السياسي والمستهلك السياسي
٣١	١٠/٢ التسويق المرتبط بالقضايا
٣٢	١١/٢ تعريف التسويق المرتبط بالقضايا
٣٢	١٢/٢ الفئات المستفيدة من التسويق المرتبط بالقضايا
٣٥	١٣/٢ أهمية التسويق المرتبط بالقضايا
٣٥	١٤/٢ العوامل المؤثرة على التسويق المرتبط بالقضايا
٣٨	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

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
٦٨-٥٩	الفصل الرابع: منهجية الدراسة
٥٩	١/٤ متغيرات الدراسة
٦٠	٢/٤ الدراسة الاستطلاعية
٦٢	٣/٤ مجتمع وحدود الدراسة
٦٣	٤/٤ أهداف الدراسة
٦٣	٥/٤ فروض الدراسة
٦٤	٦/٤ أهم مصادر البيانات
٦٦	٧/٤ المعالجة الإحصائية للبيانات
٦٧	٨/٤ تحليل بيانات قوائم الاستقصاء والاختبارات الإحصائية
٦٩-	الفصل الخامس: الدراسة الميدانية و نتائج الفروض
٦٩	١/٥ مقدمة
٧٠	٢/٥ خطوات الدراسة الاجرائية
٧٠	٣/٥ أهداف وفروض الدراسة
٧١	٤/٥ اختبار ثبات وصدق المقياس
٧٦	٥/٥ الأساليب الإحصائية
٧٧	٦/٥ التحليل الوصفي
٧٧	٧/٥ الاحصاءات الاستدلالية لمتغيرات الدراسة
٨٤	٨/٥ اختبار فروض الدراسة

الصفحة	الموضوع
٩٠-١٠١	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 مقترحات بدراسات مستقبلية
١٠٩-١٠٢	قائمة المراجع
١٠٢	أولاً: المراجع العربية
١٠٤	ثانياً: المراجع الأجنبية
١١٠-١١٣	قائمة ملاحق
--	ملخص الدراسة باللغة العربية
--	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية

## فهرس الجداول

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

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