

التصحيح النموذجي للاختبار

السؤال الأول: أجب بصحيح أو خطأ مع تصحيح الخطأ إن وجد (3ن)

1-الفرضية الصفرية تفترض عدم وجود علاقة بين المتغيرات بينما الفرضية البديلة تفترض وجود علاقة عكسية بين المتغيرات. خطأ

التصحيح: الفرضية الصفرية تفترض عدم وجود علاقة أو فروق بين المتغيرات، أما الفرضية البديلة فتفترض وجود علاقة أو فروق بين المتغيرات، وقد تكون العلاقة طردية أو عكسية أو غير محددة الاتجاه.....(0.5)

2- الاقتباس غير المباشر هو نقل الفكرة بأسلوبك الخاص دون الحاجة إلى توثيقها. خطأ

التصحيح: الاقتباس غير المباشر هو نقل فكرة بأسلوبك الخاص مع ضرورة توثيق المصدر... (ن0.5)

3- عند تهميش المرجع الذي تم استخدامه مرتين متتاليتين، لا نعيد كتابة كل المعلومات بل نشير إليه بمرجع سبق ذكره، خطأ

التصحيح: يُشار إليه بعبارة "المرجع نفسه" نفس المرجع السابق. أما عبارة "مرجع سبق ذكره" فستستخدم إذا ذكر المرجع مجدداً ولكن وجد فاصل (مراجع أخرى) بين الاقتباس الأول والاقتباس الحالي(ن0.5).

4-تعتبر المقابلة أفضل وأدق من الاستبيان لأنها تعتمد على التفاعل المباشر بين الباحث والمبحوث. خطأ..(ن0.5)

التصحيح: لا يمكن اعتبار المقابلة أفضل دائماً من الاستبيان، فلكل أداة مزايا وعيوب، ويعتمد الاختيار على طبيعة البحث والعينة والهدف من الدراسة.

5-نموذج العمل التجاري (MVP) هو نسخة مطورة من المنتج تتضمن الحد الأعلى من الميزات الضرورية لنجاحه في السوق. خطأ:.....(ن1)

التصحيح: الحد الأدنى من المنتج MVP هو نسخة أولية مبسطة من المنتج، ويتضمن الحد الأدنى من الميزات الضرورية لاختباره(تجريبه) في السوق.

السؤال الثاني:(8ن)

1-الفروق الجوهرية بين أسلوب (APA) وأسلوب (Vancouver) في توثيق المراجع:.....(ن1)

- أسلوب APA: يقتصر على ذكر (المؤلف، السنة، الصفحة) في متن النص(وسط الصفحة)
- أسلوب Vancouver: يعتمد على ذكر معلومات المرجع المفصلة في نهاية الصفحة (الهامش)

2-المقارنة بين طريقة IMRAD والطريقة التقليدية لإعداد مذكرة ماستر: (ن2.75)

البيان	طريقة IMRAD	الطريقة التقليدية
العناصر 0.5	تتكون من 4 أجزاء رئيسية: المقدمة(Introduction) ، المنهجية(Methods) ، النتائج(Results) ، والمناقشة (And Discussion).	تتكون من فصول كلاسيكية: مقدمة، فصول الجانب النظري (فصول الجانب التطبيقي، وخاتمة.
مساهمة الطالب 0.5	عالية جداً ومركزة؛ 80%	متوسطة؛ وغالبا ليست محددة
الحجم 0.25	مختصر وموجز (غالبا عدد صفحات أقل، يركز على الاختصار العلمي المفيد).	حجم كبير (بسبب التوسع في الشروح النظرية وحشو المفاهيم).

البيان	طريقة IMRAD	الطريقة التقليدية
الجانب النظري 0.5	مدمج ومختصر جداً ويظهر فقط في "المقدمة" كخلفية للمشكلة والدراسات السابقة ذات الصلة المباشرة.	مستقل وضخم؛ يأخذ فصلاً أو فصلين كاملين من المذكرة لاستعراض النظريات والتعاريف.
الجانب التطبيقي 0.5	يمثل جوهر وهيكل المذكرة بأكملها من خلال أقسام المنهجية، النتائج، والمناقشة.	يمثل فصلاً واحداً أو جزأين في نهاية المذكرة (الدراسة الميدانية أو التطبيقية).
مناسبة لهذا النوع من البحوث 0.5	البحوث العلمية، الطبية، التقنية، والمشاريع الابتكارية (مثل مشاريع القرار 1275 - شهادة مؤسسة ناشئة).	البحوث النظرية مثل الإنسانية، القانونية، الأدبية، وبعض البحوث الاقتصادية الكلاسيكية.

3- هل نبدأ بدراسة الجدوى السوقية أم المالية؟ التعليل: (1ن)

- البداية تكون حتماً بدراسة الجدوى السوقية. التعليل: لأنه لا معنى لحساب تكاليف وأرباح منتج أو خدمة لا يوجد لها زبائن أو طلب في السوق. دراسة الجدوى السوقية هي التي تحدد حجم الطلب، الشريحة المستهدفة، والمبيعات المتوقعة، وبناءً على هذه الأرقام (حجم المبيعات المتوقع والأسعار) يتم بناء الأرقام المالية (الإيرادات، تكاليف الإنتاج، والربحية) في الدراسة المالية.

ب- محتوى الدراستين وهل يمكن الاستغناء عنهما

أولاً: دراسة الجدوى السوقية تشمل: (1ن)

- تحديد السوق المستهدف .
 - دراسة العملاء واحتياجاتهم .
 - تحليل المنافسين .
 - تقدير حجم الطلب .
 - تحديد الأسعار المناسبة .
 - دراسة فرص النجاح التسويقي .
- ##### ثانياً: دراسة الجدوى المالية تشمل: (1ن)
- تقدير تكاليف المشروع .
 - تحديد مصادر التمويل .
 - تقدير الإيرادات والأرباح .
 - حساب نقطة التعادل .
 - دراسة التدفقات النقدية .
 - تقييم ربحية المشروع .

هل يمكن الاستغناء عنهما؟ (0.25ن)

لا، لا يمكن الاستغناء عن أي منهما لأنهما مكملتان لبعضهما:

- شرح العبارة (1ن) :. الجدوى السوقية تبحث إن كان هناك سوق (زبائن مستعدين للشراء، وحاجة حقيقية للمنتج)، فإذا غابت الجدوى السوقية فكأنك تسير في طريق مسدود أو لا طريق أصلاً. أما الجدوى المالية فهي "الوقود" (السيولة النقدية، رأس المال، التدفقات المالية)، فمهما كان الطريق واضحاً وجميلاً (وجود زبائن)، لن تستطيع المؤسسة التحرك إذا فرغ منها الوقود (نقص السيولة والإفلاس). فالدراسة المالية توضح ما إذا كانت الموارد المالية المتاحة كافية لتنفيذ المشروع والاستمرار فيه وتحقيق الأرباح.

السؤال الثالث نموذج العمل التجاري (Business Model Canvas) لمشروع منصة المرشدين السياحيين

1- شرائح العملاء

- السياح المحليون .
- السياح الأجانب .
- المرشدون السياحيون المستقلون .
- الشباب الشغوف بالسياحة المحلية الراغب في العمل كدليل سياحي حر، وأصحاب التخصصات (تاريخ، آثار، بيئة.....)

2- القيمة المقترحة

للسياح:

- منصة موثوقة وأمنة للوصول لمرشدين محليين
- سهولة إيجاد مرشد سياحي مناسب .
- اختيار المرشد حسب اللغة والمنطقة والتخصص .
- الاطلاع على التقييمات والأسعار .
- الحجز والدفع الإلكتروني بسهولة وأمان .
- تجربة سياحية مخصصة وأصيلة.

للمرشدين:

- عرض خدماتهم وبرامجهم السياحية .
- الوصول إلى عدد أكبر من العملاء .
- استقبال الحجوزات إلكترونياً .
- بناء سمعة رقمية عبر التقييمات .
- مصدر دخل إضافي أو رئيسي

3- قنوات الوصول

- تطبيق إلكتروني .
- موقع إلكتروني .
- صفحات مواقع التواصل الاجتماعي .
- الإعلانات الرقمية .
- التعاون مع الفنادق ووكالات السفر .

4- العلاقة مع العملاء)

- إشعارات وعروض مخصصة .
- تواصل مباشر بين السائح والمرشد .
- خدمة ذاتية الحجز والدفع يتمان تلقائياً عبر التطبيق
- بناء مجتمع رقمي قائم على الثقة والشفافية (تقييمات ومراجعات حقيقية بعد كل رحلة).
- دعم فني ومساعدة عملاء متوفرة (7/24) لحل مشاكل الحجوزات أو الدفع، وتأمين وحماية المعاملات.

5- مصادر الإيرادات

- عمولة على كل عملية حجز . (تُقتطع من المرشد أو تضاف على السائح).
- اشتراكات مميزة للمرشدين .
- إعلانات مدفوعة داخل المنصة (لوكالات كراء السيارات، الفنادق، أو مطاعم الأكلات التقليدية)....

6- الموارد الرئيسية

- التطبيق والموقع الإلكتروني .
- قاعدة بيانات المرشدين والعملاء .

- موارد بشرية: المبرمجون، فريق الدعم الفني، وفريق التسويق والمبيعات
- نظام دفع إلكتروني .
- العلامة التجارية والمنصة الرقمية .
- -7 الأنشطة الرئيسية
- خدمة العملاء والمتابعة .
- تطوير وصيانة المنصة الرقمية (التطبيق والموقع) وحمايتها برمجياً.
- التسويق وجذب المستخدمين (حملات ترويجية للسياح والمرشدين).
- التحقق من هوية وأهلية المرشدين السياحيين (الفحص الأمني والمهني للملفات لضمان الأمان).
- إدارة عمليات الدفع الإلكتروني وفض النزاعات إن وجدت.

-8 الشركاء الرئيسيون

- المرشدون السياحيون المستقلون (هم الشريك الأساسي والمزود للخدمة).
- بنوك ومؤسسات الدفع الإلكتروني في الجزائر (مثل بريد الجزائر لخدمة البطاقة الذهبية، وبنوك تجارية لبطاقات CIB والبطاقات الدولية للأجانب).
- صناع المحتوى السياحي (المؤثرون في الجزائر للترويج للمنصة).
- وزارة السياحة والصناعات التقليدية (للتوافق مع القوانين والتراخيص).
- الفنادق ووكالات السفر .
- شركات النقل السياحي .

-9 هيكل التكاليف

- تكاليف تطوير التطبيق والموقع .
- تكاليف التسويق والإعلانات .
- أجور الفريق التقني والإداري .
- مصاريف الاستضافة والصيانة .
- تكاليف خدمة العملاء والدعم الفني.