

**مهارات التنفيذ وعلاقتها بالتسويق الشخصي لدى طلاب الدراسات العليا**

أ.م.د. زهرة ماهود مسلم

zahra.m@coeduw.uobaghdad.edu.iq

جامعة بغداد/ كلية التربية للبنات

**الملخص**

يستهدف البحث الحالي تعرف مهارات التنفيذ وعلاقتها بالتسويق الشخصي لدى طلاب الدراسات العليا والعلاقة الارتباطية بينهما وقد تألفت عينة البحث من (٥٠٠) طالباً وطالبة من طلاب الدراسات العليا والملتحقين بجامعة بغداد للعام الدراسي ٢٠٢٣-٢٠٢٤ وتحقيقاً لأهداف البحث تم اعداد مقاييس مهارات التنفيذ المكون من (٦١) فقرة بصيغته النهائية فضلاً عن ذلك اعداد مقياس التسويق الشخصي المكون من (٤٩) فقرة بصيغته النهائية واطهرت النتائج ان طلاب الدراسات العليا لديهم مهارات تنفيذ وتسويق شخصي وهناك علاقة ارتباطية طردية تربط بينهما.

وانتهت الدراسات بعدد من التوصيات والمقترحات.

**الكلمات المفتاحية:** مهارات التنفيذ، التسويق الشخصي، طلاب الدراسات

**Implementation skills and their relationship to personal marketing  
among graduate students****Research submitted by****assist Prof. Dr.Zahra Mahoud Muslim****University of Baghdad/ College of Education for Girls****Abstract**

The current research aims to identify implementation skills and their relationship to personal marketing among graduate students and the correlation between them. The research sample consisted of (500) male and female graduate students enrolled at the University of Baghdad for the academic year 2023-2024. To achieve the objectives of the research, implementation skills scales consisting of (61) items were prepared in their final form. In addition, a personal marketing scale

consisting of (49) items was prepared in its final form. The results showed that graduate students have implementation and personal marketing skills and there is a direct correlation between them.

The studies concluded with a number of recommendations and suggestions

**Keywords: implementation skills, personal marketing, graduate students**

## الفصل الأول

### مشكلة البحث

يفتقر بعض الافراد إلى مهارات التنفيذ والتي تعد ضرورية للمهام والوظائف الجديدة التي يقبلون عليها إذ إنَّ قلة معرفة الفرد بمواطن القوة والضعف بمهاراته التنفيذية يؤدي إلى فشله في الاضطلاع بمهام وظيفته الجديدة وحين يتعرض الفرد لضغوط كبيرة في العمل سيصيبه الاجهاد والتعب لأي سبب وسوف تزداد صعوبة المهام التي تتطلب اضعف المهارات التنفيذية على الاطلاق بل قد تعجز تماماً عن انجاز المهام المطلوبة لذا فمن الطبيعي ان ينجذب الفرد إلى المهام القديمة والروتينية التي لا تطلب جهداً أو معرفة كبيرة للقيام بتنفيذها وهذا يفسر سبب انسياق بعض الأفراد نحو أمور معينة في العمل أو المنزل (مارتن و آخرون، ٢٠٠٧، ص ٣٧). أما إذ واجه بعض الأفراد مهام صعبة تتطلب مهارات جديدة لتنفيذها يميل إلى التأجيل المتكرر لتلك المهام حتى النهاية وقد يضطر إلى تنفيذها على الرغم من افتقاره إلى مواطن القوة الاساسية التي تتطلبها تلك المهمة وعندئذ لن يختلف حال الفرد عن يسبح ضد التيار فالعمل ضد التشكيلة المثالية من مواطن القوة كالسباحة ضد التيار، ومثلها يجهد السباح وهو يصارع الامواج عندما يصادفه حظه العاثر بتيار مفاجئ فيبذل جهداً كبيراً ويعاني اشد المعاناة ثم ينظر حوله فلا يجد لجده أثراً كذلك الحال بالنسبة للفرد الذي يعمل ضد مواطن قوته سوف لا تكون له بصمة في الاداء وتضيع جهوده ادراج الرياح لأنه صادف تيار قوي ومناخ محبط (كانفيلد، ٢٠٠٧، ص ١١٢١).

ان المهام التي لا تتناسب مع مهارات الفرد التنفيذية لن تكون بالمهمة التي تناسبه في الاساس وقد ينجح الفرد في تأدية مهام محددة لا تتفق مع مواطن قوته ستكون تلك المهام بمثابة المهام الاصعب من نوعها والاكثر اجهاداً له فضلاً عن ذلك بمجرد تعرضه لبعض الضغوط أو الازمات ستكشف نقاط ضعفه كما لو انه قد وضع تحت مجهر أو سلطت عليه عدسة مكبرة امام نفسه أو امام الآخرين فعلى سبيل المثال قد يكون الفرد بصدد تأدية دور معين في بعض المشكلات ولا يتمتع بمهارة التحكم الانفعالي ربما يفقد الفرد اعصابه في ظل وجود بعض

الضغوط وربما يستدعي هذا حالة من الثورة والهياج كان من الممكن ان يتجنبها الفرد لو اسندت اليه مهمة تتناسب مع مهارته التنفيذية ومن ثم يجب عمله وينجزه بشكل افضل (مارتن و آخرون، ٢٠٠٧، ص ٥٧).

وقد تقتصر بعض المؤسسات إلى سبل الاستعادة الجيدة من مواطن القوة لدى العاملين فيها، إذ لن يكون من المستغرب ان تطلب هذه المؤسسات من الفرد الاضطلاع بمهمة بعيدة كل البعد عن مهارات التنفيذ القوية لديه، لا بل ان بعض المؤسسات لا تكثرت بالمهام التي يبدي فيها الفرد مهارة واجادة ملحوظة وانما هي تملي عليه ما تعتقد انه يجب ان يؤديه بشكل جيد نظراً لادراكها وتصورها للوظيفة ومهامها وهكذا فان اسناد المهام التي كان يتولها في السابق فرد متخصص الى عهده فرد اخر غير متخصص لهو امر فيه مضیعة كبيرة للوقت والموهبة وهنا المؤسسة لا تستفيد مما يميز الافراد بين بعضهم البعض وقد يكون السبب ان المؤسسة ليست لديها فكرة واقعية او محددة عن مهارات التنفيذ التي تمثل مواطن قوة أو نقاط ضعف اساسية لدى الفرد أو ربما يرجع السبب إلى أن تلك المهارات لا تمثل اهمية في المهمة التي ينبغي على الفرد الاضطلاع بها وبالتالي يؤدي إلى اهدار الكثير من الوقت الثمين في مهمة مصيرها المحتوم الفشل وبعض المؤسسات تجبر الفرد على استخدام مهاراته الضعيفة مما ينعكس سلباً على مستواه وقدرته على انجاز المهمة المطلوبة إذ أن من بين الاسباب الرئيسة في حدوث المشكلات الوظيفية عدم تناسب مهارات الفرد مع متطلبات المهمة التي يؤديها أو الافتقار إلى حسن التلاؤم فربما يكون هناك عدم تلاؤم بين مهارات التنفيذ التي تتطلبها مهمة معينة ومهارات التنفيذ لدى هذا الفرد ويؤدي ذلك إلى شعور الفرد بتوتر وصراع دائمين نظراً لاحباط الفرد بسبب فشله في اداء المهمة المناطة اليه أو لتعرضه للنقد أو حتى الغيظ الشديد من قبل مديره في العمل (حروف، ٢٠١٢، ص ٢٠٠).

ومن الجدير بالذكر ان المهارات التنفيذية الضعيفة قد تتسبب في مشكلات ليست ذات صلة بالمهمة التي بصدد ان ينفذها الفرد فقد تتسبب في مشكلات تصرف انتباه الفرد عن المهمة التي يؤديها وهو أمر غالباً ما يساء فهمه على انه فشل في التواصل أو عجز عن التواصل الجيد ولكن الواقع هو ان المشكلة الاساسية لا صلة لها بقدرة الفرد على التواصل وانما تعزى إلى قصور في تشكيلة معينة من مهارات التنفيذ ربما تتسبب بدورها في مشكلات خاصة بالتواصل فعلى سبيل المثال قد يؤدي افتقار الفرد للمرونة إلى تشابك افكاره وآرائه وعدم استيعاب المعلومات والحقائق الجديدة مما قد يظهر الفرد بصورة غير المكتثر بأراء الآخرين وقد يفسر خطأ على أنه ضعف في مهارات التواصل أو ضعف في التحكم الانفعالي فإذا كان الفرد يعجز عن التحكم في انفعالاته فقد يكون فرداً عاطفياً إلى درجة مفرطة وعندما يتعرض الفرد للعمل تحت ضغط معين فربما تنور تأثرته بسرعة وإذا كان الفرد لا يستطيع كبح جماح النفس فقد يبدو

غير لائق اجتماعياً نظراً لتصرفه باندفاع وقد يفتقر الفرد إلى حضور الذهن والتنظيم فيجد صعوبة في تحديد المعلومات التي ينبغي استخدامها خلال عملية التواصل أن العبء الأكبر في تفسير سلوك أي فرد يقع على عاتق الفرد نفسه (هول، ٢٠١٠، ص ٣٢).

وفي هذا العالم المتغير امتلاك المهارات التنفيذية وحدها لا يكفي إذ لا بد من تسويق شخصي لتلك المهارات حتى يتم اختيار الفرد للمهمة المناسبة (اسماعيل و صالح، ٢٠٠٦، ص ٨٩). إذ يجهل كثير من الافراد المهارات والاستراتيجيات اللازمة لعرض افكارهم وكيفية تسويق ذاتهم إذ هناك الكثير من الافراد يجدون صعوبة بالغة في التحدث عن انفسهم او الاشارة الى انجازاتهم عموماً أمام الآخرين مما يؤدي إلى ضياع الكثير من الفرص امام الفرد لأنه لم يحسن الحديث عن قدراته ومهاراته وانجازاته أي لم يسوق لنفسه بشكل جيد (Rieman, 2007, p. 42). وقد يتمتع الكثير من الافراد عن التسويق الشخصي لانفسهم ويخسرون كثير من الفرص وذلك بسبب صعوبة اكتشاف ذواتهم وما يميزهم عن غيرهم او يعتقد البعض منهم انه لن يجد الكثير من المهارات إذ حاول البحث عنها داخل ذاته (أبو النصر، ٢٠١٠، ص ١٥) مما ينعكس سلباً على المؤسسة التي يعمل فيها الفرد من حيث تأجيل أو تأخير في العمل وقد يفشل الفرد في أداء بعض المهمات التي تنسب اليه وقد يعود ذلك إلى أن هذه المهمة لا تتناسب مع مهاراته التنفيذية التي يمثلها الفرد والتي لم يسوق لها ولم يفصح عن ما يمتلكه من مهارات (مارتن و آخرون، ٢٠٠٧، ص ٥٧) وبالتالي عدم القدرة على وضع الفرد المناسب في المكان المناسب وهناك كثير من الافراد يتمتعون بالذكاء والقدرة على ممارسة نشاط ما وبمهارة ولكنهم لا يشعرون بان هذا ما يرغبون في قضاء كل حياتهم فيه وعلى العكس هناك من يعيشون حياتهم كلها دون ان يفصحوا عن قدراتهم الحقيقية فهناك الكثير من الطاقات والمواهب المهدورة التي لا تكشف ولا تستثمر الا بمحض الصدفة (رضا، ٢٠٠٨، ص ١٥).

وقد لاحظت الباحثة وجود مهارات تنفيذية كامنة غير مستغلة لدى طلاب الدراسات العليا وليس لديهم وعي عن كيفية تسويق تلك المهارات وتطويرها وبالتالي يؤثر ذلك على طبيعة تحصيلهم الدراسي.

وما تتقدم تتجلى مشكلة هذا البحث على الصعيد الاكاديمي كونه محاولة علمية جادة لمعرفة العلاقة بين مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي لدى طلاب الدراسات العليا وذلك من خلال التساؤلات التي سيثيرها هذا البحث بغية الإفادة منها في المجالات التربوية.

### أهمية البحث

يسعى الفرد بصورة فطرية إلى تحصيل المكاسب من خلال تحقيق طموحات وأهداف متغيرة ومتنامية تتغير بتغيير مراحل العمرية وحاجاته الفطرية والفكرية والاجتماعية ويبني الفرد الناجح أهدافه تبعاً لما يمتلكه شخصيته من مهارات ومواهب ومعارف وقد لا تتناسب طموحات الفرد

واهدافه مع محدّداته الذاتية أو قد لا تتسجم معها فيتحتّم عليه ان يواجه أحد الاحتمالين أما أن يتراجع عن اهدافه وينسحب ليعلّن هزيمته أو فشله في تحقيق طموحاته أو يشحذ همته ويستدعي طاقته في سبيل احلامه وادراك نجاحاته وفي هذه الحالة يتعين عليه التعرف إلى مهاراته وتطويرها بما يتلائم مع المستوى الذي يطمح أن يصل اليه، إذ لا بد للفرد أن يكون في تحرك وتطور مستمرين (الفقي، ٢٠١٠، ص ١٥).

وينبغي على الفرد عرض مهاراته وتسويقها ليحصل على انتباه مسؤولي المؤسسة بصورة واضحة، ان التسويق الشخصي احدى مصطلحات تطوير الذات وهو امر ليس غريباً على من يطمحون إلى النجاح في حياتهم المهنية (أبو نبعة، ٢٠٠١، ص ٣٤٩) وقد اصبح مفهوم التسويق الشخصي شاملاً لكثير من الحالات ولم يقتصر فقط على تسويق المنتجات والخدمات فهذا المفهوم قد يضم أيضاً تسويق الافراد لأفكارهم ومهاراتهم لغرض الحصول على وظيفة أو ترقية (المصري، ٢٠٠٦، ص ٤٩) ان التسويق الشخصي هو الطريقة التي يرغب بها الفرد في عرض مهاراته لأصحاب العمل وتكوين علامة شخصية تسهل التعرف على خبراته التي يرغب بها المسؤولون عن التوظيف (Manas & Holmlind, 2014, p. 54).

ويعد التسويق الشخصي من المفاهيم الحديثة والذي يشير إلى الكيفية التي يمكن للفرد ان يسوق مهارته في وسط معين لتحقيق النجاح والشهرة، وتعد هذه العملية معقدة وذلك بسبب ارتباطها بسيكولوجية الفرد وبالتالي لا بد من استخدام وسائل واستراتيجيات معينة حتى يصبح هذا الفرد مسوق لذاته وله شأن في المحيط الذي يعمل به ولديه القدرة في تحريك مشاعر الآخرين والتأثير بهم وجذب انتباههم اليه وبالتالي يفضلون هذا الفرد على غيره (Shepherd, 2005, p. 606). فضلاً عن ذلك ان التسويق الشخصي اصبح من المجهودات الشخصية وان على الافراد تطوير مهاراتهم الشخصية والوظيفية لكي ينجحوا في تسويق انفسهم وان هذه العملية تزداد تعقيداً مع تعقيدات الحياة المهنية وتحتّم على الفرد توفير القدرات الشخصية لضمان تسويق مهاراتهم وافكارهم (المصري، ٢٠٠٦، ص ١٩).

وقد يكون الحصول على مهمة ما في حدود امكانيات الفرد ومؤهلاته أمراً صعباً مع اعداد المتقدمين للوظيفة لذلك ينبغي على كل باحث عن مهمة ما أن يسوق لنفسه جيداً أو أن يطور من مهاراته ويحاول ابرازها وأن يركز على مواطن الضعف لديه ليحاول تتميتها وتطويرها ليحصل على المهمة التي يطمح لها (الصيرفي، ٢٠١٥، ص ٦٥) اذ ان الفرد الناجح هو الذي يستفيد من كل ما حوله لتطوير نفسه والترويج لها حتى يحقق النجاح الذي يحلم به (الكندري، ٢٠١٤، ص ٨٨-٨٩).

إنّ هدف التسويق الشخصي تعريف الافراد بما يريدون ان يتخصصوا به وما هي نقاط القوة ونقاط الضعف لغرض الوصول للافضل في مجال التخصص بصورة خاصة والحياة بصورة

عامة، ان التسويق الشخصي يحتاجه الافراد جميعهم الطالب والمدرس والمؤلف والكاتب ... الخ . (أبو العينين، ٢٠١٩، ص ٢٠)

ويرتبط التسويق الشخصي بمتغيرات عديدة منها مهارات التفكير الابداعي وهذا ما اكدته دراسة (الطائي، ٢٠٠٩، ص ٢٨-٥٠) و الثقة بالنفس وتقدير الذات إذ تساعد هذه المهارات بشكل كبير في تغيير وضع الفرد وخاصة القائمين بمهمة معينة وهذا ما اكدته دراسة (Creed & et.al, 2006, p. 283) (Manas & Holmlind, 2014, p. 46) .

وأن لكل فرد مجموعة من مواطن القوة والضعف الراسخة في تكوينه الشخصي والتي لها علاقة بمهاراته كفرد وتتناب من فرد إلى آخر، إذ يمكن توقع نماذج سلوكية وتنفيذية معينة بفعل اندماج هذه المهارات أو تنافرها ومن خلال معرفة مهارات التنفيذ القوية يتمكن الفرد من تحديد الوظائف التي من شأنها العزف على أوتار هذه المهارات وبالمثل يستطيع الفرد التعرف على نقاط الضعف الاساسية وبالتالي تجنب المواقف التي من المحتمل أن تؤدي إلى الفشل، أن معرفة تركيبة مهارات التنفيذ التي يتمتع بها الفرد هي التي تساعد في الوقوف على اسباب نجاحه أو فشله في بعض المواقف، إذ أن نجاحه في موقف ما يعني ان لديه مهارات تنفيذية ملائمة للمهمة أو الموقف الذي هم بصدد، لذا ينبغي تطوير مهارات التنفيذ القوية والتي تمر بمراحل نمو وتطور مختلفة تبدأ منذ لحظة الميلاد ويكتمل نموها بدخول الفرد في مرحلة الرشيد (مارتن و آخرون، ٢٠٠٧، ص ٥) (العريفي، ٢٠٠٩، ص ٣٦).

ان مهارات التنفيذ بمثابة الديناميات التي يستطيع الفرد من خلالها تمحيص هذا الكم الهائل من المعلومات حتى يستطيع التفكير واتخاذ القرارات المختلفة، ان مهارات التنفيذ تقيد في دقة تحديد انواع المهمات والوظائف والادوار التي من المتوقع ان يؤديها الافراد في مكان العمل سواء من يشغل منهم اقل المناصب الوظيفية او من يشهدون ترقيات تؤهلهم للوصول إلى قمة السلم الوظيفي (مارتن و آخرون، ٢٠٠٧، ص ١٣).

وعندما تتطابق اقوى مهارات التنفيذ لدى الفرد مع المهارات المطلوبة لاداء مهمة معينة فانه عادة ما يستطيع تنفيذ هذه المهمة على نحو اكثر تلقائية، لذا ينبغي على الفرد ان يسوق لمهارته التنفيذية القوية ومواصلة محاولاته نحو تنمية وتسويق مهاراته القوية وسد الثغرات فيما يتعلق بأضعف مهاراته أو التحايل عليها ومحاولة تحجيمها (الصمادي، ٢٠١٦، ص ٤٩). وبذلك سيكون الفرد جزء من المزيج الصحيح لفريق العمل الخاص باي مشروع (الهيبي، ١٩٩٩، ص ١٥).

تأتي أهمية البحث الحالي من خلال أهمية التسويق الشخصي الذي يعمل على صياغة مهارات التنفيذ للافراد الراغبين في التوظيف او الاستمرار في مهمة معينة والترقي فيها والحصول على مراتب متقدمة في المؤسسة التي يعمل فيها.

إنَّ هذا البحث يُسهم في تشخيص نقاط القوة التي يمتلكها طلاب الدراسات العليا في مهارات التنفيذ وتعزيزها عن طريق تسويقها بشكل صحيح لسوق العمل فضلاً عن ذلك تشخيص نقاط الضعف لديهم لتجاوزها.

ان هذا البحث يركز على طلاب الدراسات العليا الذين يتحدد مسارهم المهني بعد اتمام متطلبات الدراسات العليا بنجاح، فضلاً عن ذلك يتناول هذا البحث متغيرين مهين وهما المهارات التنفيذية والتسويق الشخص وهما اغناء علمياً ومساهمة متواضعة للمكتبة في مجال المتغيرين اعلاه.

### أهداف البحث

يهدف البحث الحالي التعرف الى :

- ١- مهارات التنفيذ لدى طلاب الدراسات العليا.
- ٢- التسويق الشخصي لدى طلاب الدراسات العليا.
- ٣- دلالة الفروق في العلاقة الارتباطية بين مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي تبعاً لمتغير الجنس (ذكور وإناث).
- ٤- دلالة الفروق في العلاقة الارتباطية بين مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي تبعاً لمتغير التخصص (علمي وإنساني).
- ٥- العلاقة الارتباطية بين مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي لدى طلاب الدراسات العليا.

### حدود البحث

تحدد هذا البحث بطلاب جامعة بغداد/الدراسات العليا ولكلا الجنسين (ذكر وإناث) وكلا التخصصين للعام الدراسي (٢٠٢٣-٢٠٢٤).

### تعريف المصطلحات :

#### ١- مهارات التنفيذ Implementation Skills وعرفه :

- (مارتن) وآخرون ٢٠٠٧ Martian and et.al "وهي مهارات معرفية تشير إلى الكيفية التي تتم بها ادارة المعلومات والسلوك وتشمل اثني عشرة مهارة وهي مهارة كبح جماح النفس، والذاكرة الحاضرة، والتحكم الانفعالي، والتركيز، والمبادرة، والتخطيط وترتيب الاولويات، والتنظيم وادارة الوقت، وضع الاهداف وتحقيقها، والمرونة، وقوة الملاحظة، وتحمل الضغوط" (مارتن و آخرون، ٢٠٠٧، ص٦).

وقد تبنت الباحثة التعريف النظري اعلاه وذلك لاعتمادها على نظرية (مارتن) وآخرون اطاراً نظرياً لبحثها كونها نظرية شاملة وواضحة.

-وتعرف الباحثة مهارات التنفيذ اجرائياً بأنه : الدرجة الكلية التي يحصل عليها الطلاب من خلال اجابتهن على فقرات مقاييس مهارات التنفيذ المعد لاغراض هذا البحث.

#### ٢- التسويق الشخصي Personal Marketing وعرفه:



- (كوتلر و أرمسترونج) Kotler & Armstrong, 2012 : "هو كافة الاجراءات والانشطة التي تتضمن الثقة بالنفس وإعادة هندسة الذات والاقناع والذكاء الشخصي يتخذها الفرد لتسويق افكاره ومهاراته بهدف تحقيق طموحاته الحالية والمستقبلية" (Kotler & Armstrong, 2012, p. 408).

- وقد تبنت الباحثة التعريف النظري اعلاه وذلك لاعتمادها على نظرية (كوتلر و أرمسترونج) اطاراً نظرياً لبحثها كونها نظرية شاملة وواضحة.

- وتعرف الباحثة التسويق الشخصي اجرائياً بأنه الدرجة الكلية التي يحصل عليها الطلاب من خلال اجاباتهم على فقرات مقياس التسويق الشخصي المعد لأغراض هذا البحث.

### الفصل الثاني: اطار نظري ودراسات سابقة

#### أولاً : مهارات التنفيذ **implementation skills**:

- نظرية (مارتن) وآخرون Martion and et.al, 2007 :

جاء (مارتن) وآخرين بنظرية حول مهارات التنفيذ وهي مهارات معرفية تشير إلى الكيفية التي يتم بها ادارة المعلومات والسلوك تمر بمراحل نمو وتطور مختلفة تبدأ منذ لحظة الميلاد ويكتمل نموها بدخول الفرد في مرحلة الرشد (مارتن و آخرون، ٢٠٠٧، ص٥) و (العريفي، ٢٠٠٩، ص٣٦) ان مهارات التنفيذ تساعد الفرد في تنفيذ واتمام المهمات المختلفة واتخاذ قرارات معينة بشأن المعلومات التي ينبغي التركيز عليها أو تجاهلها فضلاً عن ذلك انها تعمل على ادارة سلوك الفرد والتحكم به بعيداً عن سيطرة الآخرين وتعمل على تعديل مزاج الفرد وتلطف حدة انفعالاته ومراجعة تصرفاته وتقويمها وتقنين ردود افعاله تجاه المواقف المختلفة وتحسين استجابة الفرد في اثناء تنقله من موضوع او نشاط الى آخر (الصمادي، ٢٠١٦، ص٥).

واكد (مارتن) وآخرون أن الفرد يستطيع ان يحدد اقوى مهارات التنفيذ واضعفا حتى يتسنى له تعزيز مواطن القوة في هذه المهارات، وجدير بالذكر ان الحال لن يتغير كثيراً بالنسبة لأقوى مهارات التنفيذ أو اضعفها؛ لأنها لن تشهد تغييراً جذرياً بمرور الوقت وصولاً إلى مرحلة الرشد فالطبع دائماً يغلب الطبع (مارتن و آخرون، ٢٠٠٧، ص٥).

ونظراً لرسوخ مهارات التنفيذ وثبوتها على هذه الشاكلة لا يملك الفرد قدرة على استبدالها أو تغييرها وكل ما يستطيعه هو تنمية القوية منها أو تمتينها والحد من تأثير الضعيف.

واكد (مارتن) وآخرون بوجود اثني عشرة مهارة من مهارات التنفيذ وهي الاقرب صلة بتصرف الافراد وسلوكياتهم في بيئات العمل المختلفة وهي كالآتي:

١- مهارة كبح جماح الذات : وهي تلك المهارة التي تتضمن القدرة على مقاومة الدافع الملح للتقوه بكلمة او الاتيان بفعل دون اتخاذ الوقت الكافي لتقييم الموقف وتأثير ما سيتم قوله أو فعله على الحاضرين.



٢- مهارة الذاكرة الحاضرة : هو القدرة على تنفيذ المهمة دون اغفال أي التزامات أخرى والتركيز على الاهداف وعدم الحياء عنها ويكون محل ثقة ويمكن الاعتماد على الفرد في متابعة الامور وادارتها (مارتن و آخرون، ٢٠٠٧، ص ٣٩).

٣- مهارة التحكم الانفعالي : تعني القدرة على التحكم بالانفعالات لانجاز الاهداف أو اتمام المهمات أو التحكم في السلوك وتوجيهه وتتضمن هذه المهارة صياغة عبارات ايجابية تجاه الذات وكبح التصريحات الذاتية السلبية بل وحتى تأجيل الاشباع النفسي الفوري في اثناء تعقب أهداف طويلة المدى أكثر أهمية.

٤- مهارة التركيز : تعني القدرة على تركيز الانتباه على موقف معين أو مهمة بعينها على الرغم من وجود ، مصدر تشويش أو اجهاد أو رتابة أو ملل (الصمادي، ٢٠١٦، ص ١٢) .

٥- مهارة المبادرة : القدرة على بدء المهمات او المشروعات دون تسويف أو مماطلة.

٦- مهارة التخطيط وترتيب الاولويات: تعني القدرة على رسم خارطة طريق للوصول إلى وجهة معينة وهدف محدد ويستطيع الفرد أيضاً الاختيار ما بين مسارين مختلفين بناء على المزايا والفوائد المتمخض عنها ويندرج ضمن التخطيط وترتيب الاولويات أيضاً القدرة على اتخاذ قرارات بشأن الامور المهمة التي يجب التركيز عليها وتلك التي لا تستحق ذلك.

٧- مهارة التنظيم : تعني القدرة على ترتيب الامور وفقاً لنظام معين.

٨- مهارة ادارة الوقت: وهي القدرة على تعزيز الوقت المتاح امام الفرد وتوزيعه وعدم الخروج عن الحدود الزمنية ومواعيد التسليم النهائية فضلاً عن ذلك يتضمن احساساً بأهمية الوقت والمحافظة عليه واستثمار وتحديد المدى المناسب منه لتنفيذ المهمات وانهاؤها في موعيدها.

٩- مهارة وضع الاهداف وتحقيقها : تعني القدرة على ان يكون لدى الفرد هدف واضح ثم اتخاذ جميع التدابير اللازمة لتحقيقه على أرض الواقع.

١٠- مهارة المرونة : تعني القدرة على مراجعة الخطط والتكيف مع الظروف والمتغيرات فضلاً عن ذلك تتضمن القدرة على وضع خطة بديلة عند مواجهة عقبات أو ظهور معلومات جديدة.

١١- مهارة قوة الملاحظة : تعني القدرة على الابتعاد عن تعمية الاحداث وتكوين نظرة شاملة عن الفرد نفسه أو الآخرين في موقف معين مع القدرة على فهم التغيرات وتفسير طريقة حل المشكلات وهي القدرة على ملاحظة الكيفية التي يتم بها حل مشكلة معينة وتشمل ملكات أخرى مثل القدرة على مراقبة الذات التقييم الذاتي.

١٢- مهارة تحمل الضغوط : هو القدرة على تحمل الضغوط مع الثبات شعورياً وانفعالياً في وجه الازمات (مارتن و آخرون، ٢٠٠٧، ص ٣١).

ان مهارات التنفيذ بعضها يكون قوي لدى الفرد وبعضها ضعيف ويمكن النظر إلى كل مهارة على حدة وان الفرد يمتلك اكثر من مهارة وهناك مهارات متناسقة إذ أجمعت مع بعضها البعض

في نفس الفرد تكون بالتالي مواطن قوة اما اذا كانت المهارات متناقضة فقد تؤثر سلبا وتعد مكانن ضعف (أبو حلاوة، ٢٠١٤، ص ٣١).

### ثانياً : التسويق الشخصي :

-نظرية (كوتلر وأرمسترونج) Kotler and Armstrong, 2012 :

يشير (كوتلر وأرمسترونج) أن التسويق الشخصي نشاط يتم اتخاذه من قبل فرد معين من اجل خلق أو الحفاظ أو تغيير للمواقف أو السلوك تجاهه إذ أن الفرد يحاول جاهداً أن يطبق المزيج التسويقي على نفسه كأنه هو السلعة أو الخدمة المقدمة وبذلك يستطيع ان يسوق افكاره ومهاراته وذلك بقبول الآخرين له.

ان التسويق الشخصي يتطلب بناء علاقات جيدة مع جميع الجهات التي يتعامل معها الفرد من خلال خلق صورة شاملة جيدة وعزل الاحداث والقواعد غير المرغوبة وايصال قيمهم للآخرين وعدم ترك ما يرغبون في ايصاله يعتمد على الحظ وانما ينبغي ان تكون كل الاتصالات مخططة ويتم ترجمتها بعناية الى برامج متكاملة.

واكد (كوتلر وأرمسترونج) ان مسوق الذات يتمكن من تطوير العلاقات مع الآخرين وكسب اصدقاء جدد خلال سعيه لتقديم المساعدة للآخرين عند حاجتهم له، مما يجعل الآخرين يلجأون اليه عندما تواجههم مشكلة معينة (kotler & Armstrong, 2012, p. 408).

وقد أشار (كوتلر وأرمسترونج) أن للتسويق الشخصي أبعاد عدة منها :

- ١- الثقة بالنفس : هو مدى ادراك الفرد لكفاءته ومهاراته وقدراته الجسمية والنفسية والاجتماعية واللغوية التي من خلالها يتفاعل مع المواقف المختلفة التي يتعرض لها في الحياة .
- ٢- اعادة هندسة الذات : هي اجراء تغييرات جذرية اساسية ايجابية في كل من الذات والسلوك والتفكير والمشاعر بما يحقق للإنسان اهدافه المرجوة بشكل ناجح (كامل، ٢٠١٩، ص ٢٩).
- ٣- الاقناع : هو عملية فكرية وشكلية يحاول احد الطرفين التأثير على الآخر واقناعه بفكرة معينة أو توجه معين بمؤثرات محددة.

٤- الذكاء الشخصي : هو القدرة على معرفة الذات وعلى التصرف توافقياً على اساس تلك المعرفة وان تكون لدى الفرد صورة دقيقة عن نواحي القوة والضعف والوعي بالحالة المزاجية وحدودها والوعي بمقاصده ودوافعه وحالاته المزاجية والانفعالية ورغباته والقدرة على تأديب الذات وفهمها وتقديرها (kotler & Armstrong, 2012, p. 408).

### دراسات سابقة :

- ١- الدراسات السابقة التي تناولت دراسة مهارات التنفيذ :
- لم تجد الباحثة دراسة تناولت المتغير أعلاه.
- ٢- الدراسات السابقة التي تناولت دراسة التسويق الشخصي :

## -دراسة الطائي (٢٠٠٩) العراق

(انموذج تسويق الذات وعلاقته بمهارات التفكير الابداعي) .

تكونت عينة الدراسة من (٣٠) استاذ جامعي واعضاء مجلس محافظة النجف ومحامين وتوصلت الدراسة وجود تسويق ذاتي لدى افراد العينة (الطائي، ٢٠٠٩، ص ٢٨-٥٠).

## -دراسة المظلوم واللوزي (٢٠٢٠) مصر

(برنامج تدريبي قائم على مدخل التفكير التصميمي لتنمية مهارات تسويق الذات وخفض قلق المستقبل المهني لدى طلاب كلية الاقتصاد المنزلي جامعة حلوان).

تكونت عينة الدراسة من (٣٥٠) طالباً وطالبة وتوصلت الدراسة إلى وجود مهارات التسويق لدى افراد العينة فضلاً عن ذلك وجود فروق ذات دلالة احصائية وفقاً لمتغير الجنس ولصالح الذكور ووفقاً لمتغير التخصص ولصالح التخصص العلمي (المظلوم و اللوزي، ص٣٧-١٠٧).

## الفصل الثالث

منهجية البحث

اعتمد الباحثة في دراستها هذه على المنهج الوصفي.

مجتمع البحث

تمثل مجتمع البحث الحالي بطلاب الدراسات العليا/قناة القبول العام لمرحلتي الماجستير والدكتوراه في جامعة بغداد للعام الدراسي (٢٠٢٣-٢٠٢٤) من الذكور والإناث في الاختصاصات العلمية والإنسانية والبالغ عددهم (٧٦١٩) طالباً وطالبة موزعين على (٢٤) كلية بواقع (١٦) كلية علمية و (٨) كلية إنسانية إذ بلغ عدد الذكور (٣٢٩٧) طالب بنسبة (٤٣%) في حين بلغ عدد الإناث (٤٣٢٢) طالبة بنسبة (٥٧%) تقريبية فضلاً عن ذلك بلغ عدد الطلاب للاختصاص العلمي (٤٧٧٨) طالباً وطالبة بنسبة (٦٣%) تقريبية في حين بلغ عدد الطلاب في الاختصاص الإنساني (٢٨٤١) طالباً وطالبة بنسبة (٣٧%) والجدول (١) يوضح ذلك.

الجدول (١) اسماء كليات جامعة بغداد واعداد طلبتها في الدراسات العليا موزعين على وفق الجنس

والتخصص للعام الدراسي ٢٠٢٣/٢٠٢٤

ت	اسم الكلية	التخصص	الجنس		المجموع
			ذكور	إناث	
١.	التربية / ابن رشد	إنساني	٥٣٩	٤٠٢	٩٤١
٢.	اللغات	إنساني	٢٩	٩	٣٨
٣.	الاداب	إنساني	٣٢٢	٤٦٠	٧٨٢
٤.	الاعلام	إنساني	٢٠٤	١٤٦	٣٥٠
٥.	التربية للبنات	إنساني	-	٢١٢	٢١٢

٦.	العلوم السياسية	إنساني	٣٨	٣٦	٧٤
٧.	القانون	إنساني	١٦	٤٠	٥٦
٨.	العلوم الاسلامية	إنساني	١٨٠	٢٠٨	٣٨٨
المجموع		٨	١٣٢٨	١٥١٣	٢٨٤١
٩.	الفنون الجميلة	علمي	٢٩٥	٢٣٩	٥٣٤
١٠.	التربية الرياضية	علمي	٨٧	٢٤	١١١
١١.	التربية الرياضية/للبنات	علمي	-	١٨٧	١٨٧
١٢.	الادارة والاقتصاد	علمي	٣٢٥	٢٥١	٥٧٦
١٣.	الطب	علمي	١١٦	١٦٤	٢٨٠
١٤.	الطب البيطري	علمي	١٤٨	١٤٠	٢٨٨
١٥.	العلوم	علمي	١١٧	٢٧٢	٣٨٩
١٦.	التربية / ابن الهيثم	علمي	١٩٨	٢٦٥	٤٦٣
١٧.	التمريض	علمي	٤٩	٤٩	٩٨
١٨.	الزراعة	علمي	٩٣	١١١	٢٠٤
١٩.	العلوم للبنات	علمي	-	٣٣٠	٣٣٠
٢٠.	الهندسة	علمي	١٣٠	١٧٠	٣٠٠
٢١.	الصيدلة	علمي	١٣١	١٩٨	٣٢٩
٢٢.	طب الاسنان	علمي	٢٥٩	٣٦٥	٦٢٤
٢٣.	الهندسة خوارزمي	علمي	١٩	٣٧	٥٦
٢٤.	طب الكندي	علمي	٢	٧	٩
المجموع		١٦	١٩٦٩	٢٨٠٩	٤٧٧٨
المجموع الكلي للكليات العلمية والإنسانية		٢٤	٣٢٩٧	٤٣٢٢	٧٦١٩

### عينة البحث

تألف عينة البحث الحالي (٥٥٠) طالباً وطالبة وزعت عليهم الاستثمارات الخاصة بمقاييس البحث موزعين على اربعة عشرة كلية في جامعة بغداد (٧) كليات في التخصص الإنساني و (٧) كليات في التخصص العلمي، وقد اختبرت عينة هذا البحث بالأسلوب الطبقي العشوائي والجدول (٢) يوضح ذلك.

الجدول (٢) عينة البحث موزعة وفقاً للكليات والتخصص والجنس

ت	اسم الكلية	التخصص	الجنس		المجموع
			ذكور	إناث	
١.	العلوم الاسلامية	إنساني	٢٠	١٩	٣٩

٢.	القانون	إنساني	١٩	١٩	٣٨
٣.	التربية للبنات	إنساني	٢٠	٢٠	٤٠
٤.	الاعلام	إنساني	١٩	١٩	٣٨
٥.	الاداب	إنساني	٢٠	٢٠	٤٠
٦.	اللغات	إنساني	٢٠	٢٠	٤٠
٧.	التربية/ابن رشد	إنساني	٢٠	٢٠	٤٠
المجموع		٧	١٣٨	١٣٧	٢٧٥
ت	اسم الكلية	التخصص	الجنس		المجموع
			ذكور	إناث	
٨.	طلب الأسنان	علمي	٢٠	١٩	٣٩
٩.	الهندسة	علمي	١٩	١٩	٣٨
١٠.	التمريض	علمي	٢٠	٢٠	٤٠
١١.	الطب	علمي	١٩	١٩	٣٨
١٢.	التربية الرياضية	علمي	٢٠	٢٠	٤٠
١٣.	الطب البيطري	علمي	٢٠	٢٠	٤٠
١٤.	العلوم	علمي	٢٠	٢٠	٤٠
المجموع		٧	١٣٨	١٣٧	٢٧٥
المجموع الكلي للكليات العلمية والإنسانية		١٤	٢٧٦	٢٧٤	٥٥٠

**أدوات البحث :****أولاً : مقاييس مهارات التنفيذ :**

قامت الباحثة بأعداد مقاييس مهارات التنفيذ بالاعتماد على نظرية (مارتن) وآخرون Martian & et.al, 2007 وفقاً للأبعاد الآتية:

- ١- كبح جماح النفس من فقرة (١-٦).
- ٢- الذاكرة الحاضرة من فقرة (٧-١١).
- ٣- التحكم الانفعالي من فقرة (١٢-١٦).
- ٤- التركيز من فقرة (١٧-٢١).
- ٥- المبادرة من فقرة (٢٢-٢٦).
- ٦- التخطيط وترتيب الاولويات من فقرة (٢٧-٣١).
- ٧- التنظيم من فقرة (٣٢-٣٦).
- ٨- ادارة الوقت من فقرة (٣٧-٤١).
- ٩- وضع الاهداف وتحقيقها من فقرة (٤٢-٤٦).
- ١٠- المرونة من فقرة (٤٧-٥١).

١١- قوة الملاحظة من فقرة (٥٢-٥٦).

١٢- تحمل الضغوط من فقرة (٥٧-٦١).

تحليل الفقرات احصائياً :

١- طريقة المقارنة الطرفية :

تم استخدام الاختبار التائي لعينتين مستقلتين لاستخراج القوة التمييزية لفقرات مقاييس مهارات التنفيذ والجدول (٣) يوضح ذلك.

**الجدول (٣) القوة التمييزية لفقرات مقاييس التشارك المعرفي باستعمال العينتين المتطرفتين**

رقم الفقرة	المجموعة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التائية المحسوبة	الدالة
مهارة كبح جماح النفس					
١	عليا	٤.٤٨	٠.٥٦	٢٠.٢٤	دالة
	دنيا	٢.٥	١.٠٦		
٢	عليا	٤.٥٢	٠.٥٦	٢٨.٣٨	دالة
	دنيا	٢.١٨	٠.٨٣		
٣	عليا	٤.٦١	٠.٥٢	٣٧.٦٣	دالة
	دنيا	٢.٠٧	٠.٦٤		
٤	عليا	٤.٥٨	٠.٥٢	٣٤.٥٤	دالة
	دنيا	٢.٠٣	٠.٧٣		
٥	عليا	٤.٥٥	٠.٥١	٢٧.١٢	دالة
	دنيا	٢.٣١	٠.٨٧		
٦	عليا	٤.٤٦	٠.٦٣	١٨.١٦	دالة
	دنيا	٢.٥٧	١.١		
مهارة الذاكرة الحاضرة					
٧	عليا	٤.٦	٠.٤٩	٢٤.٠١	دالة
	دنيا	٢.٣٨	١.٠٢		
٨	عليا	٤.٦٤	٠.٥١	٣٠.٩٥	دالة
	دنيا	٢.٢٣	٠.٨١		
٩	عليا	٤.٦٦	٠.٤٩	٣٥.٣٥	دالة
	دنيا	٢.١٧	٠.٧١		
١٠	عليا	٤.٦	٠.٥٢	٣٠.٩٢	دالة
	دنيا	٢.٢١	٠.٧٨		
١١	عليا	٤.٤١	٠.٦٥	٢٣.٢٨	دالة
	دنيا	٢.٣٨	٠.٨٤		
مهارة التحكم الانفعالي					
١٢	عليا	٤.٤٧	٠.٥٥	٢٣.١٣	دالة
	دنيا	٢.٤٣	٠.٩٢		

١٣	عليا	٤.٥٥	٠.٥٣	٣٤.٧٣	دالة
	دنيا	٢.٠٦	٠.٧		
١٤	عليا	٤.٥٨	٠.٥١	٣٧.٦٢	دالة
	دنيا	١.٩٣	٠.٦٩		
١٥	عليا	٤.٥٦	٠.٥١	٣٣.٨١	دالة
	دنيا	٢.٠٧	٠.٧٤		
١٦	عليا	٤.٤٢	٠.٦٢	٢٥.٢٢	دالة
	دنيا	٢.٣٣	٠.٨		
مهارة التركيز					
١٧	عليا	٤.٤٢	٠.٦٣	٢٥.٤٦	دالة
	دنيا	٢.٢٨	٠.٨١		
١٨	عليا	٤.٥٨	٠.٥١	٣٧.٣٣	دالة
	دنيا	٢.٠٧	٠.٦٤		
١٩	عليا	٤.٥٨	٠.٦٢	٣١.٥٦	دالة
	دنيا	٢.١٩	٠.٦٨		
٢٠	عليا	٤.٥٩	٠.٥٣	٢٧.٠٨	دالة
	دنيا	٢.٤٦	٠.٨		
٢١	عليا	٤.٤٤	٠.٦٤	١٩.٢٩	دالة
	دنيا	٢.٦٩	٠.٩		
مهارة المبادرة					
٢٢	عليا	٤.٣٦	٠.٥٥	٢٧.٧٢	دالة
	دنيا	٢.٢٥	٠.٧٥		
٢٣	عليا	٤.٥	٠.٥٥	٣٣.٧٧	دالة
	دنيا	٢.١٣	٠.٦٥		
٢٤	عليا	٤.٦١	٠.٥	٣٥.٩٣	دالة
	دنيا	٢.١١	٠.٦٨		
٢٥	عليا	٤.٦٨	٠.٥	٣٠.٢٩	دالة
	دنيا	٢.٣٥	٠.٨		
٢٦	عليا	٤.٤٩	٠.٦٩	١٩.٨٠	دالة
	دنيا	٢.٦٦	٠.٨٩		
مهارة التخطيط					
٢٧	عليا	٤.٥١	٠.٦١	٢٦.٢٦	دالة
	دنيا	٢.٣٣	٠.٨١		
٢٨	عليا	٤.٥	٠.٥	٣١.٦٥	دالة
	دنيا	٢.١٧	٠.٧٤		
٢٩	عليا	٤.٥٤	٠.٥٤	٣٤.٢٨	دالة
	دنيا	٢.١٣	٠.٦٦		
٣٠	عليا	٤.٥٣	٠.٥٣	٣٠.٤٦	دالة



			٠.٧٣	٢.٢٨	دنيا	
٣١	دالة	٢١.٤٩	٠.٦٨	٤.٣٢	عليا	
			٠.٨٢	٢.٤٥	دنيا	
مهارة التنظيم						
٣٢	دالة	٢٦.٣٩	٠.٦٢	٤.٥١	عليا	
			٠.٨٣	٢.٢٦	دنيا	
٣٣	دالة	٣٥.٧٣	٠.٥١	٤.٥٤	عليا	
			٠.٦٥	٢.١	دنيا	
٣٤	دالة	٣٧.١٥	٠.٥٥	٤.٦٢	عليا	
			٠.٦٣	٢.٠٧	دنيا	
٣٥	دالة	٣٢.٩٣	٠.٤٦	٤.٧	عليا	
			٠.٧٩	٢.٢٧	دنيا	
٣٦	دالة	٢٢.٢٦	٠.٧	٤.٥	عليا	
			٠.٨٣	٢.٥٢	دنيا	
مهارة ادارة الوقت						
٣٧	دالة	٢١.٦٣	٠.٦٣	٤.٤٤	عليا	
			٠.٩٦	٢.٤	دنيا	
٣٨	دالة	٣١.١٩	٠.٥٤	٤.٥٦	عليا	
			٠.٧	٢.٣١	دنيا	
٣٩	دالة	٣٤.٠٢	٠.٤٨	٤.٦٤	عليا	
			٠.٦٩	٢.٣	دنيا	
٤٠	دالة	٢٨.٥٢	٠.٥١	٤.٦٥	عليا	
			٠.٧٨	٢.٤٧	دنيا	
٤١	دالة	٢٢.١٧	٠.٦١	٤.٥١	عليا	
			٠.٧٨	٢.٧	دنيا	
مهارة وضع الاهداف وتحقيقها						
٤٢	دالة	٢٣.٥٨	٠.٥٢	٤.٥٨	عليا	
			٠.٩٢	٢.٥٤	دنيا	
٤٣	دالة	٣١.٧٠	٠.٤٩	٤.٦٤	عليا	
			٠.٧٨	٢.٢٥	دنيا	
٤٤	دالة	٣٤.٠٦	٠.٤٨	٤.٧٢	عليا	
			٠.٧٨	٢.١٦	دنيا	
٤٥	دالة	٣١.٩٤	٠.٤٨	٤.٧	عليا	
			٠.٧٧	٢.٣٤	دنيا	
٤٦	دالة	٢١.١١	٠.٦	٤.٤٨	عليا	
			٠.٩٢	٢.٥٩	دنيا	
مهارة المرونة						
٤٧	دالة	٢١.٢٨	٠.٦٩	٤.٤٤	عليا	

		٠.٨٤	٢.٥٤	دنيا	
دالة	٣٣.٢٢	٠.٥٦	٤.٥٣	عليا	٤٨
		٠.٦٢	٢.٢٦	دنيا	
دالة	٣٥.٣٩	٠.٥٢	٤.٦٤	عليا	٤٩
		٠.٦٨	٢.١٥	دنيا	
دالة	٣٢.١٤	٠.٥٣	٤.٥٢	عليا	٥٠
		٠.٧١	٢.٢	دنيا	
دالة	٢١.١٨	٠.٦٥	٤.٤٢	عليا	٥١
		٠.٩٢	٢.٤٧	دنيا	
مهارة قوة الملاحظة					
دالة	٣١.٣٩	٠.٥٦	٤.٥٨	عليا	٥٢
		٠.٧٤	٢.٢	دنيا	
دالة	٣٠.٨٧	٠.٥٥	٤.٦٣	عليا	٥٣
		٠.٧٥	٢.٢٨	دنيا	
دالة	٣١.٤٦	٠.٥٨	٤.٥٨	عليا	٥٤
		٠.٦٨	٢.٢٨	دنيا	
دالة	٢٨.٧٤	٠.٥٢	٤.٥٨	عليا	٥٥
		٠.٧٧	٢.٣٩	دنيا	
دالة	٢٦.٠٢	٠.٦	٤.٥٤	عليا	٥٦
		٠.٧٧	٢.٤٧	دنيا	
مهارة تحمل الضغوط					
دالة	٢٢.٢٨	٠.٦٣	٤.٥٥	عليا	٥٧
		٠.٩٣	٢.٥	دنيا	
دالة	٣٠.٨١	٠.٥	٤.٧	عليا	٥٨
		٠.٧٨	٢.٣٨	دنيا	
دالة	٣٤.٨٧	٠.٤٣	٤.٧٥	عليا	٥٩
		٠.٧	٢.٣٩	دنيا	
دالة	٣٢.٨٨	٠.٤	٤.٨	عليا	٦٠
		٠.٧٨	٢.٤٣	دنيا	
دالة	٢٦.٦٠	٠.٥٣	٤.٧٢	عليا	٦١
		٠.٨٤	٢.٥٦	دنيا	

من الجدول اعلاه يتبين ان جميع الفقرات مميزة لان قيمتها التائية المحسوبة اعلى من القيمة التائية الجدولية البالغة (١.٩٦٠) عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢٩٦).

## ٢- طريقة الاتساق الداخلي للفقرات :

أ- علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس مهارات التنفيذ :

باستعمال معامل ارتباط بيرسون لاستخراج العلاقة بين درة كل فقرة من فقرات المقياس والدرجة الكلية له والجدول (٤) يوضح ذلك.

الجدول (٤) صدق فقرات مقياس مهارات التنفيذ باستعمال بأسلوب علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية

الفقرة	معامل الارتباط	الدالة	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة
مهاره كبح جماح النفس			مهاره الذاكره الحاضره			مهاره التحكم الانفعالي		
١	٠.٧٠	دالة	٧	٠.٧٥	دالة	١٢	٠.٧٥	دالة
٢	٠.٨٣	دالة	٨	٠.٨٦	دالة	١٣	٠.٨٧	دالة
٣	٠.٩٠	دالة	٩	٠.٩٣	دالة	١٥	٠.٨٩	دالة
٤	٠.٨٩	دالة	١٠	٠.٨٧	دالة	١٦	٠.٧٥	دالة
٥	٠.٨٣	دالة	١١	٠.٧٤	دالة	١٧	٠.٧٥	دالة
٦	٠.٦٩	دالة						
مهاره التركيز			مهاره المبادره			مهاره التخطيط		
١٧	٠.٧٥	دالة	٢٢	٠.٧٤	دالة	٢٧	٠.٧٣	دالة
١٨	٠.٨٥	دالة	٢٣	٠.٨٧	دالة	٢٨	٠.٨٦	دالة
١٩	٠.٩٠	دالة	٢٤	٠.٩١	دالة	٢٩	٠.٩٢	دالة
٢٠	٠.٨٤	دالة	٢٥	٠.٨٦	دالة	٣٠	٠.٨٦	دالة
٢١	٠.٦٩	دالة	٢٦	٠.٦٩	دالة	٣١	٠.٧٣	دالة
مهاره التنظيم			مهاره اداره الوقت			مهاره وضع الاهداف		
٣٢	٠.٧٣	دالة	٣٧	٠.٧١	دالة	٤٢	٠.٧٤	دالة
٣٣	٠.٨٧	دالة	٣٨	٠.٨٥	دالة	٤٣	٠.٨٨	دالة
٣٤	٠.٩٢	دالة	٣٩	٠.٩٠	دالة	٤٤	٠.٩٢	دالة
٣٥	٠.٨٧	دالة	٤٠	٠.٨٢	دالة	٤٥	٠.٨٨	دالة
٣٦	٠.٧٣	دالة	٤١	٠.٦٩	دالة	٤٦	٠.٧١	دالة
مهاره المرونة			مهاره قوة الملاحظة			مهاره تحمل الضغوط		
٤٧	٠.٦٨	دالة	٥٢	٠.٧٦	دالة	٥٧	٠.٧٣	دالة
٤٨	٠.٨٥	دالة	٥٣	٠.٨٤	دالة	٥٨	٠.٨٧	دالة
٤٩	٠.٩١	دالة	٥٤	٠.٩٠	دالة	٥٩	٠.٩٣	دالة
٥٠	٠.٨٧	دالة	٥٥	٠.٨٦	دالة	٦٠	٠.٨٨	دالة
٥١	٠.٧١	دالة	٥٦	٠.٧٥	دالة	٦١	٠.٨١	دالة

من الجدول اعلاه يتبين ان الارتباطات جميعها دالة احصائياً عند موازنة قيم الارتباط المحسوبة مع قيمة معامل الارتباط الجدولية البالغة (٠.٠٨) عند مستوى دلالة (٠.٠٥) وبدرجة حرية (٥٤٨).

### ثبات المقياس

تحققت الباحثة من ثبات مقياس مهارات التنفيذ بطريقة الفاكرونباخ وذلك بالاعتماد على بيانات العينة الكلية والجدول (٥) يوضح ذلك.

جدول (٥) ثبات الفا كرونباخ لمقياس مهارات التنفيذ

ت	مقاييس مهارات التنفيذ	قيمة الثبات
١	مهاره كبح جماح النفس	٠.٨٩

٢	مهارة الذاكرة الحاضرة	٠.٨٩
٣	مهارة التحكم الانفعالي	٠.٩٠
٤	مهارة التركيز	٠.٨٧
٥	مهارة المبادرة	٠.٨٧
٦	مهارة التخطيط	٠.٨٨
٧	مهارة التنظيم	٠.٨٨
٨	مهارة ادارة الوقت	٠.٨٥
٩	مهارة وضع الاهداف	٠.٨٩
١٠	مهارة المرونة	٠.٨٦
١١	مهارة قوة الملاحظة	٠.٨٨
١٢	مهارة تحمل الضغوط	٠.٩٠

وهي معاملات ثبات يمكن الركون اليها اذا ما تم موازنتها بالدراسات السابقة

#### الصيغة النهائية لمقاييس مهارات التنفيذ :

يتضمن المقياس بصورته النهائية ملحق (١) من (٦١) فقرة لقياس مهارات التنفيذ ويتألف هذا المقياس من مدرج خماسي امام كل فقرة يبدأ من ينطبق على دائماً الى لا ينطبق عليّ.

#### ثانياً : مقياس التسويق الشخص :

قامت الباحثة باعداد مقياس التسويق الشخص بالاعتماد على نظرية (كوتلر و أرمسترونج) ٢٠١٢، وفقاً للأبعاد الآتية :

١- الثقة بالنفسي من فقرة (١-١٢).

٢- اعادة هندسة الذات من فقرات من (١٣-٢٥).

٣- الاقناع من فقرة (٢٦-٣٩).

٤- الذكاء الشخصي من فقرة من (٤٠-٤٩).

#### تحليل الفقرات احصائياً

#### ١- طريقة المقارنة الطرفية :

تم استخدام الاختبار التائي لعينتين مستقلتين لاستخراج القوة التمييزية لفقرات مقياس التسويق الشخصي والجدول (٦) يوضح ذلك.

الجدول (٦) القوة التمييزية لفقرات مقياس التسويق الشخصي باستعمال العينتين المتطرفتين

رقم الفقرة	المجموعة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التائية المحسوبة	الدالة
١	عليا	٤.٣٨	٠.٩٣	٥.١٩	دالة

		١.٥٢	٣.٦٢	دنيا	
٢	٧.٩١	٠.٧٦	٤.١٦	عليا	دالة
		٠.٩٤	٣.٣٨	دنيا	
٣	١٠.٦٥	٠.٨	٤.١٣	عليا	دالة
		٠.٧٩	٣.١٥	دنيا	
٤	٩.٤٨	٠.٩٣	٤.١١	عليا	دالة
		١.٠٢	٣.٠٥	دنيا	
٥	١٠.٠٤	١.٠٣	٤.٠٥	عليا	دالة
		١.١٧	٢.٧٧	دنيا	
٦	٩.٩٧	١.٠٩	٣.٩٧	عليا	دالة
		١.١١	٢.٦٩	دنيا	
٧	١١.٣٣	١.٠١	٤.٠٧	عليا	دالة
		١.١٨	٢.٦٤	دنيا	
٨	١٢.٦٨	٠.٨٦	٤.٠٥	عليا	دالة
		١.٠٧	٢.٦٢	دنيا	
٩	١٢.٤٤	٠.٨٩	٤.٠٩	عليا	دالة
		١.١	٢.٦٥	دنيا	
١٠	١٢.٠٨	٠.٩٩	٤.٠٦	عليا	دالة
		١.٠٢	٢.٦٥	دنيا	
١١	١٠.٤٧	١.٠٢	٣.٩٩	عليا	دالة
		١.١١	٢.٧	دنيا	
١٢	٩.٤٨	١.٠٢	٣.٩٥	عليا	دالة
		١.٠٣	٢.٨٢	دنيا	
١٣	٧.٥٤	١.٠٣	٣.٩٣	عليا	دالة
		١.١	٢.٩٩	دنيا	
١٤	٨.٦٩	٠.٩٤	٤	عليا	دالة
		١.٠١	٣.٠١	دنيا	
١٥	٨.٨٣	٠.٩١	٤.١١	عليا	دالة
		١.٠٦	٣.١	دنيا	
١٦	٨.٤٠	٠.٨٤	٤.٠٦	عليا	دالة
		١.١٤	٣.٠٩	دنيا	
١٧	٩.٣٧	٠.٨١	٤.١	عليا	دالة
		١.١٣	٣.٠٣	دنيا	
١٨	١٠.٥٦	٠.٧٩	٤.٠٨	عليا	دالة

		١.٠٥	٢.٩٤	دنيا	
١٩	دالة	١٠.٣٣	٠.٨٤	عليا	
			١.٠٧	دنيا	
٢٠	دالة	١٠.٠٥	٠.٨٧	عليا	
			١.١٤	دنيا	
٢١	دالة	١٠.٢٧	٠.٨٤	عليا	
			١.١٧	دنيا	
٢٢	دالة	١٠.٨٠	٠.٨٨	عليا	
			١.١	دنيا	
٢٣	دالة	٩.٦٨	٠.٩٥	عليا	
			١.٠٦	دنيا	
٢٤	دالة	٩.٧٠	٠.٨٤	عليا	
			١.٠٧	دنيا	
٢٥	دالة	٩.٣٨	٠.٨٥	عليا	
			١.٠٤	دنيا	
٢٦	دالة	٨.٨٧	٠.٨٩	عليا	
			٠.٩٩	دنيا	
٢٧	دالة	٨.٣٥	٠.٩٤	عليا	
			١.١٢	دنيا	
٢٨	دالة	٨.٨٠	٠.٩٦	عليا	
			١.١٦	دنيا	
٢٩	دالة	١٠.٧٧	٠.٨٨	عليا	
			١.٠٦	دنيا	
٣٠	دالة	١٠.٥٣	٠.٩٨	عليا	
			١	دنيا	
٣١	دالة	٩.٠٨	١.٠٧	عليا	
			١.٠٣	دنيا	
٣٢	دالة	٧.٣٨	١.١١	عليا	
			١.١٦	دنيا	
٣٣	دالة	٧.٨١	١.٠٢	عليا	
			١.١٥	دنيا	
٣٤	دالة	٨.٠٨	١.٠٧	عليا	
			١.١	دنيا	
٣٥	دالة	٩.٢٢	١.٠٤	عليا	

		١.٠٣	٢.٧٥	دنيا	
دالة	٨.٧١	٠.٩٦	٣.٨٩	عليا	٣٦
		١.١٤	٢.٨٣	دنيا	
دالة	٧.٨٠	٠.٩٣	٣.٩٥	عليا	٣٧
		١.١٨	٢.٩٩	دنيا	
دالة	٨.٢٥	٠.٨٨	٣.٩٩	عليا	٣٨
		١.٢٤	٢.٩٧	دنيا	
دالة	٨.٢٠	٠.٧٩	٣.٩٣	عليا	٣٩
		١.١٤	٢.٩٩	دنيا	
دالة	٩.٧٧	٠.٧٧	٣.٩٧	عليا	٤٠
		١.٠٨	٢.٩١	دنيا	
دالة	١١.١٣	٠.٧٨	٤.٠٥	عليا	٤١
		١.١١	٢.٨٢	دنيا	
دالة	١١.٩٢	٠.٧٩	٤.٠١	عليا	٤٢
		١.١	٢.٦٨	دنيا	
دالة	١٠.٩٤	٠.٨٨	٤.٠٧	عليا	٤٣
		١.٢	٢.٧٤	دنيا	
دالة	١٠.١٥	٠.٩٢	٤.١١	عليا	٤٤
		١.٢	٢.٨٥	دنيا	
دالة	١٠.٧٨	٠.٨٩	٤.٠٥	عليا	٤٥
		١.١٢	٢.٧٩	دنيا	
دالة	١٠.٧٣	٠.٩	٤.٠٧	عليا	٤٦
		١.٠٨	٢.٨٤	دنيا	
دالة	٩.١٨	٠.٩٨	٤.٠٨	عليا	٤٧
		١.٢	٢.٩١	دنيا	
دالة	٩.١١	٠.٩٥	٤.٠٧	عليا	٤٨
		١.١٣	٢.٩٧	دنيا	
دالة	٧.٧٦	٠.٩٤	٤.٠٧	عليا	٤٩
		١.١٧	٣.١١	دنيا	

من الجدول اعلاه يتبين ان جميع الفقرات مميزة لان قيمها التائية المحسوبة اعلى من القيمة التائية الجدولية البالغة (١.٩٦٠) عند مستوى (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢٩٦).

## ٢- طريقة الاتساق الداخلي للفقرات :

أ. علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس التسويق الشخصي :



باستعمال معامل ارتباط بيرسون لاستخراج العلاقة بين درجة كل فقرة من فقرات المقياس والدرجة الكلية له والجدول (٧) يوضح ذلك.

الجدول (٧) صدق فقرات مقياس التسويق الشخصي باستعمال أسلوب علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية  
الجدول (٧) صدق فقرات مقياس التسويق الشخصي باستعمال أسلوب علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية

الفقرة	معامل الارتباط	الدالة	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة
١	٠.٢٤	دالة	١٤	٠.٤٢	دالة	٢٧	٠.٤٢	دالة	٤٠	٠.٤٤	دالة
٢	٠.٤٠	دالة	١٥	٠.٤١	دالة	٢٨	٠.٤١	دالة	٤١	٠.٤٥	دالة
٣	٠.٤٨	دالة	١٦	٠.٤١	دالة	٢٩	٠.٤٦	دالة	٤٢	٠.٤٦	دالة
٤	٠.٤٦	دالة	١٧	٠.٤٣	دالة	٣٠	٠.٤٦	دالة	٤٣	٠.٤٢	دالة
٥	٠.٤٧	دالة	١٨	٠.٤٤	دالة	٣١	٠.٤٣	دالة	٤٤	٠.٤٤	دالة
٦	٠.٤٨	دالة	١٩	٠.٤٥	دالة	٣٢	٠.٣٩	دالة	٤٥	٠.٤٥	دالة
٧	٠.٥٠	دالة	٢٠	٠.٤٣	دالة	٣٣	٠.٤٢	دالة	٤٦	٠.٤٥	دالة
٨	٠.٥٤	دالة	٢١	٠.٤٢	دالة	٣٤	٠.٤٥	دالة	٤٧	٠.٤٠	دالة
٩	٠.٥١	دالة	٢٢	٠.٤٥	دالة	٣٥	٠.٤٦	دالة	٤٨	٠.٤٢	دالة
١٠	٠.٥	دالة	٢٣	٠.٤٤	دالة	٣٦	٠.٤٤	دالة	٤٩	٠.٣٦	دالة
١١	٠.٤٧	دالة	٢٤	٠.٤٤	دالة	٣٧	٠.٤٢	دالة			
١٢	٠.٤٥	دالة	٢٥	٠.٤٥	دالة	٣٨	٠.٤٠	دالة			
١٣	٠.٤٠	دالة	٢٦	٠.٤٢	دالة	٣٩	٠.٤١	دالة			

من الجدول اعلاه يتبين ان الارتباطات كلها دالة احصائياً عند موازنة قيم الارتباط المحسوبة مع قيمة معامل الارتباط الجدولية البالغة (٠.٠٨) عند مستوى دلالة (٠.٠٥) وبدرجة حرية (٥٤٨).

ب. علاقة درجة الفقرة بدرجة المجال لمقياس التسويق الشخصي :

لتحقيق ذلك قامت الباحثة باستخراج العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة من فقرات مقياس التسويق الشخصي والدرجة الكلية للمجال الذي توجد فيه وذلك بالاعتماد على درجات افراد العينة ككل (٥٥٠) والجدول (٨) يوضح ذلك.

الجدول (٨) صدق فقرات مقياس التسويق الشخصي باستعمال اسلوب علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي اليه

الثقة بالنفس			هندسة الذات			الافقاع			الذكاء الشخصي		
الفقرة	معامل الارتباط	الدالة	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة
١	٠.٦٣	دالة	١٣	٠.٤٨	دالة	٢٦	٠.٥٢	دالة	٤٠	٠.٥٩	دالة
٢	٠.٥٦	دالة	١٤	٠.٥٧	دالة	٢٧	٠.٥٤	دالة	٤١	٠.٦٦	دالة
٣	٠.٧٠	دالة	١٥	٠.٦٥	دالة	٢٨	٠.٥٩	دالة	٤٢	٠.٧٤	دالة
٤	٠.٧٢	دالة	١٦	٠.٦٧	دالة	٢٩	٠.٦٧	دالة	٤٣	٠.٧٧	دالة
٥	٠.٧٣	دالة	١٧	٠.٦٩	دالة	٣٠	٠.٧٣	دالة	٤٤	٠.٨٠	دالة
٦	٠.٧٧	دالة	١٨	٠.٧٤	دالة	٣١	٠.٧٦	دالة	٤٥	٠.٨٢	دالة
٧	٠.٧٩	دالة	١٩	٠.٧٤	دالة	٣٢	٠.٧٥	دالة	٤٦	٠.٨٢	دالة
٨	٠.٨١	دالة	٢٠	٠.٧٢	دالة	٣٣	٠.٧٦	دالة	٤٧	٠.٧٧	دالة
٩	٠.٧٧	دالة	٢١	٠.٦٨	دالة	٣٤	٠.٧٩	دالة	٤٨	٠.٧٢	دالة
١٠	٠.٧٣	دالة	٢٢	٠.٦٨	دالة	٣٥	٠.٧٦	دالة	٤٩	٠.٥٩	دالة
١١	٠.٦٩	دالة	٢٣	٠.٦١	دالة	٣٦	٠.٧٣	دالة			
١٢	٠.٦٠	دالة	٢٤	٠.٥٣	دالة	٣٧	٠.٦٥	دالة			
			٢٥	٠.٤١	دالة	٣٨	٠.٥٣	٣٨			
						٣٩	٠.٤١	٣٩			

من الجدول اعلاه يتبين ان الارتباطات كلها دالة احصائياً عند موازنتها بالقيمة الجدولية لمعامل ارتباط بيرسون والبالغة (٠.٠٨) عند مستوى (٠.٠٥) ودرجة حرية (٥٤٨).

ج. علاقة درجة المجال بالدرجة الكلية والمجال بالمجال لمقياس التسويق الشخصي : باستعمال معامل ارتباط بيرسون والجدول (٩) يوضح ذلك.

الجدول (٩) صدق مقياس التسويق الشخصي باستعمال علاقة درجة المجال بالدرجة الكلية للمقياس والمجال بالمجال

المجال المجال	الثقة بالنفس	هندسة الذات	الافقاع	الذكاء الشخصي	التسويق الشخصي
الثقة بالنفس	١	٠.٦٩	٠.٣٥	٠.١٨	٠.٦٧
هندسة الذات	-	١	٠.٢٣	٠.٢٣	٠.٦٨
الافقاع	-	-	١	٠.٢٠	٠.٦٥
الذكاء الشخصي	-	-	-	١	٠.٥٩

من الجدول اعلاه اتضح ان معاملات الارتباط دلالة احصائياً عند موازنتها بالقيمة الجدولية لمعامل ارتباط بيرسون (٠.٠٨) عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٥٤٨).

**ثبات المقياس :**

معامل (الفا) كرونباخ للاتساق الداخلي بأستعمال معادلة (الفا) كرونباخ بلغ معامل ثبات المقياس (٠.٩١) وهو معامل ثبات يمكن الركون إليه إذا ما تم موازنته بالدراسات السابقة.

**الصيغة النهائية لمقياس التسويق الشخصي :**

يتضمن المقياس بصورته النهائية ملحق (٢) من (٤٩) فقرة لمقياس التسويق الشخصي ويتألف هذا المقياس من مدرج خماسي امام كل فقرة يبدأ من ينطبق على دائماً إلى لا ينطبق عليّ.

**التطبيق النهائي للمقياسين :**

بعد التحقق من صدق وثبات المقياسين مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي وتحقيقاً لأهداف البحث الحالي تم تطبيق الصيغة النهائية للمقياسين اعلاه في آن واحد بعد ان جمعت أوراقها في رزمه واحدة قدمت لافراد عينة البحث الحالي والبالغ عدد (٥٠٠) طالباً وطالبة تم اختيارهم بالطريقة الطبقية العشوائية.

**الوسائل الاحصائية :**

لقد تعددت وتنوعت الوسائل الاحصائية التي استخدمت في هذا البحث بحسب متطلبات التحليل وهي كالآتي:

١- الاختبار التائي (t-test) لعينتين مستقلتين : استعمل لاختبار دلالة الفرق بين المجموعتين المتطرفتين في حساب القوة التمييزية لمقاييس مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي.

٢- معامل ارتباط بيرسون Person Correlation Coefficient : وقد استعمل في تحقيق الآتي:

- علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية لمقاييس مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي.

- علاقة درجة المجال بالدرجة الكلية للمقياس ودرجة المجال بالمجال لمقياس التسويق الشخصي.

- ايجاد العلاقة الارتباطية بين مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي.

٣- معادلة الفا للاتساق الداخلي Alfa Coefficient for Internal Consistency : استعملت لاستخراج الثبات بطريقة ألفا للاتساق الداخلي لمقاييس مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي.

٤- الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة ك استعمل لاختبار دلالة الفرق بين المتوسط الحسابي والمتوسط الفرضي لمقاييس مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي.

٥- الاختبار الزائي لمعامل ارتباط بيرسون : استعمل في التعرف على دلالة الفروق في العلاقة بين مهارات التنفيذ في التسويق الشخصي بحسب متغيري الجنس والتخصص.

٦- الاستعانة بالحقيقة الاحصائية (SPSS) لتحليل بعض البيانات سواء في بناء المقاييس أو البيانات النهائية.

### الفصل الرابع

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج ومناقشتها وتفسيرها

١- التعرف إلى مهارات التنفيذ لدى طلاب الدراسات العليا .

لتحقيق هذا الهدف قامت الباحثة بتطبيق مقاييس مهارات التنفيذ على افراد عينة البحث البالغ عددهم (٥٠٠) طالباً وطالبة وبأستعمال الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة تبين ان الفرق دال احصائياً ولصالح المتوسطات الحسابية لاجابات الافراد على جميع مقاييس مهارات التنفيذ إذ كانت القيم التائية المحسوبة لهذه المقارنات اعلى من القيمة التائية الجدولية والبالغة (١.٩٦٠) بدرجة حرية (٤٩٩) ومستوى دلالة (٠.٠٥) والجدول (١٠) يوضح ذلك.

الجدول (١٠) الاختبار التائي للفرق بين متوسط العينة والمتوسط الفرضي لمقاييس مهارات

التنفيذ

المقياس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة
مهارة كبح جماح النفس	٢٠.٦٦	٥.٤٦	١٨	١٠.٩٠	١.٩٦٠	٤٤٩	دال
مهارة الذاكرة الحاضرة	١٧.٥٢	٤.٧٠	١٥	١١.٩٦	١.٩٦٠	٤٤٩	دال
مهارة التحكم الانفعالي	١٧.٠١	٤.٧٨	١٥	٩.٤٢	١.٩٦٠	٤٤٩	دال
مهارة التركيز	١٧.٣٩	٤.٤٢	١٥	١٢.٠٨	١.٩٦٠	٤٤٩	دال
مهارة المبادرة	١٧.٣٣	٤.٤٣	١٥	١١.٧٨	١.٩٦٠	٤٤٩	دال
مهارة التخطيط	١٧.١٥	٤.٥٥	١٥	١٠.٥٧	١.٩٦٠	٤٤٩	دال
مهارة التنظيم	١٧.٣٥	٤.٦٩	١٥	١١.٢٠	١.٩٦٠	٤٤٩	دال
مهارة ادارة الوقت	١٧.٨٣	٤.٢٩	١٥	١٤.٧٧	١.٩٦٠	٤٤٩	دال
مهارة وضع الاهداف	١٧.٩٣	٤.٦١	١٥	١٤.٢٤	١.٩٦٠	٤٤٩	دال
مهارة المرونة	١٧.٣٢	٤.٤٥	١٥	١١.٦٤	١.٩٦٠	٤٤٩	دال
مهارة قوة الملاحظة	١٧.٤٥	٤.٥٨	١٥	١٦.٩٨	١.٩٦٠	٤٤٩	دال
مهارة تحمل الضغوط	١٨.٣١	٤.٤٦	١٥	١١.٦٠	١.٩٦٠	٤٤٩	دال

تشير نتيجة الجدول (١٠) إلى أن عينة البحث لديهم مهارات التنفيذ جميعها بمستوى مرتفع. ويمكن تفسير هذه النتيجة وفق نظرية (مارتن) وآخرون (٢٠٠٧). إذ إنَّ عينة البحث وهم طلاب الدراسات العليا لديهم مهارات تنفيذ جميعها لأنهم في مرحلة الرشد والتي تبدأ من سنة ٢٥-٤٠ سنة (مارتن و آخرون، ٢٠٠٧، ص ٥). إذ، يصل الفرد في هذه المرحلة إلى صهر المهارات المكتسبة ويصبح ذا شأن في المجتمع وفي هذه المرحلة يخرج الفرد من اطار الرغبات والقيام بواجبات للأجيال القادمة، ففي هذه المرحلة يصل الفرد إلى الانسجام بين وظائف العقل والجسد والروح والوظائف الاجتماعية والفسولوجية بصورة تحمل الفرد يستطيع ان يفهم الحياة بتناقضاتها

المعقدة والمتنوعة والقدرة على التحكم في حياته بحرية واستقلالية اتخاذ قراراته المصيرية اعتماداً على نفسه وتفكيره.

فضلاً عن ذلك ان عينة البحث المختارة هم بحاجة إلى مهارة كبح جماح النفسي والذاكرة الحاضرة والتحكم الانفعالي والتركيز والمبادرة وتخطيط وترتيب الاولويات والتنظيم وادارة الوقت وضع الاهداف وتحقيقها والمرونة وقوة الملاحظة وتحمل الضغوط حتى يتمكنوا في اجتياز مرحلة الماجستير والدكتوراه، ولهذا نلاحظ عينة البحث لديها مهارات تنفيذ وبمستوى مرتفع.

## ٢- التعرف إلى التسويق الشخصي لدى طلاب الدراسات العليا :

لتحقيق هذا الهدف قامت الباحثة بتطبيق مقياس التسويق الشخصي على افراد عينة البحث البالغ عددهم (٥٠٠) طالباً وطالبة وقد اظهرت النتائج ان متوسط درجاتهم على المقياس بلغ (١٦٨.٨٨) درجة وبانحراف معياري مقداره (٢٤.٤٦) درجة وعند موازنة هذا المتوسط مع الوسط الفرضي للمقياس والبالغ\* (١٤٧) درجة وباستعمال الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة تبين ان الفرق دال احصائياً ولصالح المتوسط الحسابي، إذ كانت القيمة التائية المحسوبة اعلى من القيمة التائية الجدولية والبالغة (١.٩٦٠) بدرجة حرية (٤٩٩) ومستوى دلالة (٠.٠٥) والجدول (١١) يوضح ذلك.

الجدول (١١) الاختبار التائي للفرق بين متوسط العينة والوسط الفرضي لمقياس التسويق الشخصي

حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة
٥٠٠	١٦٨.٨٨	٢٤.٤٦	١٤٧	٢٠	١.٩٦٠	٤٠٩	دال

ان هذه النتيجة تتفق مع دراسة الطائي (٢٠٠٩) ودراسة المظلوم واللوزي (٢٠٢٠). ويمكن تفسير هذه النتيجة وفق نظرية (كوتلر وأرمسترونج) ٢٠١٢ إذ إنَّ عينة البحث وهم طلاب الدراسات العليا طبقوا على انفسهم المزيج التسويقي كانه هو السلعة أو الخدمة المقدمة وبذلك استطاعوا ان يسوقوا افكارهم ومهارات لهذا ظهر لديهم التسويق الشخصي ، فضلاً عن ذلك ان طلبة الدراسات العليا (الماجستير والدكتوراه) ظهر لديهم التسويق الشخصي بمستوى مرتفع؛ لأنهم بحاجة إلى ثقة بالنفس واعادة هندسة الذات والاقناع والذكاء الشخصي حتى يتمكنوا من اجتياز المرحلة اعلاه بنجاح.

## ٣- تعرف دلالة الفروق في العلاقة الارتباطية بين مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي تبعاً لمتغير الجنس (ذكور وإناث).

\* تم استخراج المتوسط الفرضي لمقياس (التسويق الشخصي) وذلك من خلال جمع أوزان بدائل المقياس الخمس وقسمتها على عددها ثم ضرب النتائج في عدد فقرات المقياس والبالغة (٤٩) فقرة.

لتحقيق هذا الهدف قامت الباحثة باستخراج قيم معاملات ارتباط بيرسون بين مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي للذكور والإناث كلا على حدة ومن ثم قامت الباحثة باستعمال الاختبار الزائلي لمعامل ارتباط بيرسون للكشف عن دلالة الفروق بين معاملي الارتباط والجدول (١٢) يوضح ذلك.

الجدول (١٢) نتائج الاختبار الزائلي للفروق في العلاقة بين مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي تبعاً لمتغير الجنس

العلاقة المتغيرين	الجنس	العدد	معامل الارتباط R	القيمة المعيارية لمعامل الارتباط Zr	القيمة الزائلية المحسوبة	القيمة الزائلية الجدولية	مستوى الدلالة (٠.٠٥)
كبح جماح النفس / التسويق الشخصي	ذكور	٢٥٠	٠.٢٥	٠.٢٥٥	٣.٢٧	١.٩٦	دالة
	إناث	٢٥٠	٠.٥٠	٠.٥٤٩			
الذاكرة الحاضرة / التسويق الشخصي	ذكور	٢٥٠	٠.١١	٠.١١	٢.٥٨	١.٩٦	دالة
	إناث	٢٥٠	٠.٣٣	٠.٣٤٣			
التحكم الانفعالي / التسويق الشخصي	ذكور	٢٥٠	٠.٠٤	٠.٠٤	٣.١٢	١.٩٦	دالة
	إناث	٢٥٠	٠.٣١	٠.٣٢١			
التركيز / التسويق الشخصي	ذكور	٢٥٠	٠.٠٦	٠.٠٦	٣.٩١	١.٩٦	دالة
	إناث	٢٥٠	٠.٣٩	٠.٤١٢			
المبادرة / التسويق الشخصي	ذكور	٢٥٠	٠.٠٥	٠.٠٥	٤.٠٢	١.٩٦	دالة
	إناث	٢٥٠	٠.٣٩	٠.٤١٢			
التخطيط / التسويق الشخصي	ذكور	٢٥٠	٠.١٤	٠.١٤١	٢.٨٨	١.٩٦	دالة
	إناث	٢٥٠	٠.٣٨	٠.٤٠			
التنظيم / التسويق الشخصي	ذكور	٢٥٠	٠.٢١	٠.٢١٣	٢.٤٧	١.٩٦	دالة
	إناث	٢٥٠	٠.٤١	٠.٤٣٦			
ادارة الوقت / التسويق الشخصي	ذكور	٢٥٠	٠.١٢	٠.١٢١	٢.٨٥	١.٩٦	دالة
	إناث	٢٥٠	٠.٣٦	٠.٣٧٧			
وضع الاهداف / التسويق الشخصي	ذكور	٢٥٠	٠.٠٢	٠.٠٢	٦.٦٢	١.٩٦	دالة
	إناث	٢٥٠	٠.٤١	٠.٤٣٦			
المرونة / التسويق الشخصي	ذكور	٢٥٠	٠.٠٨	٠.٠٨	٣.٠٤	١.٩٦	دالة
	إناث	٢٥٠	٠.٣٤	٠.٣٥٤			
قوة الملاحظة / التسويق الشخصي	ذكور	٢٥٠	٠.١١	٠.١١	٣.٣٥	١.٩٦	دالة
	إناث	٢٥٠	٠.٣٩	٠.٤١٢			
تحمل الضغوط / التسويق الشخصي	ذكور	٢٥٠	٠.١٤	٠.١٤١	٢.٨٨	١.٩٦	دالة
	إناث	٢٥٠	٠.٣٨	٠.٤٠			

	إناث	٢٥٠	٠.٣٤	٠.٣٥٤			
قوة الملاحظة / التسويق الشخصي	ذكور	٢٥٠	٠.١١	٠.١١	٣.٣٥	١.٩٦	دالة
	إناث	٢٥٠	٠.٣٩	٠.٤١٢			
تحمل الضغوط / التسويق الشخصي	ذكور	٢٥٠	٠.١٤	٠.١٤١	٢.٨٨	١.٩٦	دالة
	إناث	٢٥٠	٠.٣٨	٠.٤٠			

تشير نتيجة الجدول اعلاه إلى أنه هناك فرق في العلاقة دال احصائياً بين مهارات والتسويق الشخصي تبعاً لمتغير الجنس ولصالح الإناث، وذلك لأن القيم الزائنية المحسوبة جميعها أعلى من الجدولية البالغة (١.٩٦) عند مستوى (٠.٠٥).

تشير هذه النتيجة إلى أن الإناث أكثر تسويقاً لمهارات التنفيذ التي يمتلكنها ان هذه النتيجة لم تتفق مع دراسة المظلوم واللوزي (٢٠٢٠) ويمكن تفسير هذه النتيجة وفق الاطار النظري المتبنى، إذ أن للإناث، رغبة في تسويق ذواتهم لاطهار مهارات التنفيذ لديهن وهن أكثر رغبة وتحمساً للعمل في مجال التخصص الاكاديمي ورفض التنقل بين الوظائف المختلفة وهذا يساعد على تطوير مهارات التنفيذ لديهن وتكوين بنية معرفية متينة حول اختصاصهن، فضلاً عن ذلك قلة المسؤوليات التي تقع على عاتقهن مقارنة بالذكور مما يجعلهن يسعين إلى اكتساب مهارات جديدة تصقل مهاراتهم الحالية ومحاولة اظهار تلك المهارات من خلال التسويق الشخصي.

#### ٤- تعرف دلالة الفروق في العلاقة الارتباطية بين مهارات لتنفيذ والتسويق الشخصي تبعاً لمتغير التخصص (علمي وإنساني):

لتحقيق هذا الهدف قامت الباحثة باستخراج قمي معاملات ارتباط بيرسون بين مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي للاختصاص العلمي والإنساني كلا على حدة ومن ثم قامت الباحثة باستعمال الاختبار الزائي لمعامل ارتباط بيرسون للكشف عن دلالة الفروق بين معاملي الارتباط والجدول (١٢) يوضح ذلك.

الجدول (١٢) نتائج الاختبار الزائي للفروق في العلاقة بين مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي تبعاً لمتغير التخصص

العلاقة بين المتغيرين	الجنس	العدد	معامل الارتباط R	القيمة المعيارية لمعامل الارتباط Zr	القيمة الزائنية المحسوبة	القيمة الزائنية الجدولية	مستوى الدلالة (٠.٠٥)
كبح جماح النفس / التسويق الشخصي	علمي	٢٥٠	٠.٥٠	٠.٥٤٩	٣.١٥	١.٩٦	دالة
	أدبي	٢٥٠	٠.٢٦	٠.٢٦٦			
الذاكرة الحاضرة / التسويق الشخصي	علمي	٢٥٠	٠.٣٥	٠.٣٦٥	٢.٩٥	١.٩٦	دالة
	أدبي	٢٥٠	٠.١٠	٠.١٠			
التحكم الانفعالي / التسويق الشخصي	علمي	٢٥٠	٠.٣٤	٠.٣٥٤	٣.١٦	١.٩٦	دالة
	أدبي	٢٥٠	٠.٠٧	٠.٠٧			
التركيز / التسويق الشخصي	علمي	٢٥٠	٠.٣٤	٠.٣٥٤	٢.٦٠	١.٩٦	دالة
	أدبي	٢٥٠	٠.١٢	٠.١٢			
المبادرة / التسويق الشخصي	علمي	٢٥٠	٠.٣٧	٠.٣٨٨	٣.٤٣	١.٩٦	دالة
	أدبي	٢٥٠	٠.٠٨	٠.٠٨			
التخطيط / التسويق الشخصي	علمي	٢٥٠	٠.٣٨	٠.٤٠	٢.٧٧	١.٩٦	دالة
	أدبي	٢٥٠	٠.١٥	٠.١٥١			
التنظيم / التسويق الشخصي	علمي	٢٥٠	٠.٤٤	٠.٤٧٢	٣	١.٩٦	دالة
	أدبي	٢٥٠	٠.٢٠	٠.٢٠٣			
ادارة الوقت / التسويق الشخصي	علمي	٢٥٠	٠.٣٦	٠.٣٧٧	٢.٢٨	١.٩٦	دالة
	أدبي	٢٥٠	٠.١٧	٠.١٧٢			
وضع الاهداف / التسويق الشخصي	علمي	٢٥٠	٠.٣٨	٠.٤٠	٢.٣١	١.٩٦	دالة
	أدبي	٢٥٠	٠.١٩	٠.١٩٢			
المرونة / التسويق الشخصي	علمي	٢٥٠	٠.٤١	٠.٤٣٦	٤.٦٢	١.٩٦	دالة
	أدبي	٢٥٠	٠.٠٢	٠.٠٢			
قوة الملاحظة / التسويق الشخصي	علمي	٢٥٠	٠.٣٩	٠.٤١٢	٣.٥٧	١.٩٦	دالة
	أدبي	٢٥٠	٠.٠٩	٠.٠٩			
تحمل الضغوط / التسويق الشخصي	علمي	٢٥٠	٠.٣٨	٠.٤٠	٢.٧٧	١.٩٦	دالة
	أدبي	٢٥٠	٠.١٥	٠.١٥١			



تشير نتيجة الجدول اعلاه إلى أن هناك فرق في العلاقة دال احصائياً بين مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي تبعاً لمتغير التخصص ولصالح العلمي، وذلك لأن القيم الزائفة المحسوبة جميعها أعلى من الجدولية البالغة (١.٩٦) عند مستوى (٠.٠٥).

ان هذه النتيجة تتفق مع دراسة المظلوم واللوزي (٢٠٢٠) وهي نتيجة منطقية. ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن التخصصات العلمية لها مجالات عمل متعددة ومن ثم يحتاجون إلى مهارات متنوعة التي ينبغي صقلها وتطويرها وتسويقها لتزيد من فرصة اثبات ذاتهم وكفاءتهم والثقة بقدراتهم على المنافسة عند الالتحاق بالوظيفة المناسبة بالمقابل محدودية فرص العمل المتاحة لطلاب التخصصات الإنسانية مما يجعلهم يتقبلون العمل بوظائف تحتاج الى مهارات قليلة ولا تتوافق مع تخصصاتهم وبالتالي لا يحتاج الى تسويق تلك المهارات البسيطة. فضلاً عن ذلك ان برامج الاعداد لطلاب الاختصاصات العلمية تزودهم بالمهارات المطلوبة لسوق العمل على عكس الاختصاصات الإنسانية التي اغلب برامجها نظرية قد لا تتلائم مع حاجة السوق.

#### ٥- التعرف إلى العلاقة الارتباطية بين مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي لدى طلاب الدراسات العليا :

لتحقيق هذا الهدف تم استعمال معامل ارتباط بيرسون لحساب معامل الارتباط بين الدرجات التي حصل عليها افراد العينة على مقاييس ابعاد مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي وقد تبين من النتائج ان هناك علاقة ارتباطية طردية دالة احصائياً بين ابعاد مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي اذ كانت قيم الارتباط المحسوب لهذه المقارنات اعلى مقارنة مع قيمة معامل ارتباط بيرسون والجدولية البالغة (٠.٠٨٨) عند مستوى (٠.٠٥) ودرجة حرية (٤٩٨) والجدول (١٢) يوضح ذلك.

الجدول (١٢) معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين ابعاد مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي

التسويق الشخصي مهارات التنفيذ	قيمة المحسوبة	قيمة بيرسون الجدولية	درجة الحرية	الدالة
مهارة كبح جماح النفس	٠.٤٠	٠.٠٨٨	٤٩٨	دالة
مهارة الذاكرة الحاضرة	٠.٢٦	٠.٠٨٨	٤٩٨	دالة
مهارة التحكم الانفعالي	٠.٢٤	٠.٠٨٨	٤٩٨	دالة
مهارة التركيز	٠.٢٧	٠.٠٨٨	٤٩٨	دالة
مهارة المبادرة	٠.٢٦	٠.٠٨٨	٤٩٨	دالة
مهارة التخطيط	٠.٢٩	٠.٠٨٨	٤٩٨	دالة
مهارة التنظيم	٠.٣٤	٠.٠٨٨	٤٩٨	دالة
مهارة ادارة الوقت	٠.٢٨	٠.٠٨٨	٤٩٨	دالة
مهارة وضع الاهداف	٠.٢٦	٠.٠٨٨	٤٩٨	دالة

مهارة المرونة	٠.٢٥	٠.٠٨٨	٤٩٨	دالة
مهارة قوة الملاحظة	٠.٢٧	٠.٠٨٨	٤٩٨	دالة
مهارة تحمل الضغوط	٠.٢٩	٠.٠٨٨	٤٩٨	دالة

من الجدول اعلاه يتبين وجود علاقة موجبة بين مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي لدى طلاب الدراسات العليا ويمكن تفسير ذلك وفق الاطر النظرية المتبناة اذا كلما زادت تسويق الفرد لذاته كلما زاد ظهور مهارات التنفيذ لديه (Mania & Holmlund, 2014, p. 25) لضمان الحصول على فرصة عمل أو اجتياز برنامج الدراسات العليا سواء لمرحلة الماجستير أو الدكتوراه وحتى يصبح هؤلاء الافراد ذو شأن في المحيط الذي يرغبون العمل به من خلال اختيار مهن أو دراسة تتلائم مع مهاراتهم وتحقق له ولاسرته مستوى معاشي مناسب وكل هذا لا يتحقق الا اذا سوق بشكل صحيح للمهارات التنفيذ التي يمتلكها.

#### التوصيات :

- عقد دورات وورش العمل لاكتساب مهارات تنفيذية متنوعة للذكور والتخصصات الإنسانية.  
- اهتمام الاقسام الإنسانية بالكليات والجامعات المختلفة بتضمين المناهج الجامعية مواد تتعلق بتسويق الطلاب لامكاناتهم وقدراتهم واكسابهم القدرة على التسويق الشخصي للمهارات التنفيذية التي يمتلكونها والتي تسهل دخولهم إلى سوق العمل.

#### المقترحات :

- اجراء دراسة تستهدف العلاقة بين مهارات التنفيذ ومتغيرات اخرى كالذكاء الشخصي، وسمات الشخصية.  
- اجراء دراسة تستهدف العلاقة بين تسويق الذات ومتغيرات اخرى كفاعلية الذات، ومهارات الحوار الفعال.  
- اعادة الدراسة الحالية على فئات اخرى كطلاب الجامعة، أو طلاب المراحل المنتهية في الجامعات.

#### المصادر

#### المصادر العربية

- أبو العينين، محمد ربيع (٢٠١٩): التسويق الشخصي من الالف إلى الياء. تم الاسترداد من <https://www.goodreads.com/book/show/48339352>  
- أبو حلاوة، م. (٢٠١٤): علم النفس الايجابي. مؤسسة العلوم النفسية العربية.  
- أبو نبعة، عبد العزيز (٢٠٠١): مقومات تسويق الذات في سوق العمل دراسة تطبيقية على الموظفين الجدد بقطاع البنوك. المجلة المصرية للدراسات التجارية، مصر.  
- اسماعيل، هادي خليل و صالح، شفان نوزت (٢٠٠٦): دور المعرفة الضمنية في نجاح تسويق الذات. مجلة العلوم الإنسانية، العدد (٤) مجلد (٥)، جامعة دهوك، كردستان العراق.

- حروف، يعقوب (٢٠١٢): **سر النجاح**. (ت : مهند الخيري)، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة.
- رضا، اكرم (٢٠٠٨): **متعة النجاح الشخصية الفعالة والطريقة إلى السعادة**، دار الاندلس الجديدة للنشر والتوزيع، مصر.
- الصمادي، نسيم (٢٠١٦): **التمتين، مصفوفة التفرد والتجدد في القيادة والريادة**. عجلون، الأردن.
- الصيرفي، محمد (٢٠١٥): **تسويق الافكار**، دار السحاب للنشر والتوزيع.
- الطائي، يوسف حبيب (٢٠٠٩): **انموذج تسويق الذات وعلاقته بمهارات التفكير الابداعي**. كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الكوفة.
- العرفي، عمر بن سلمان (٢٠٠٩): **شغف التعلم - والنجاح**، مكتبة الملك فهد الوطنية، المملكة العربية السعودية.
- الفقي، ابراهيم (٢٠١٠): **قوة الثقة بالنفس**. مصر: دار الراه للنشر والتوزيع، مصر.
- كامل، مجدي حسين (٢٠١٩): **سر النجاح**، دار الامين، القاهرة.
- كانفيلد. جاك (٢٠٠٧): **مبادئ النجاح**. المملكة العربية السعودية.
- الكندري، سليمان داود (٢٠١٤): **فن الترويج للذات**. مجلة الوعي الاسلامي، العدد (٥٨٥) مجلد (٥١)، الكويت.
- مارتن، تشاك ، آخرون (٢٠٠٧): **تمتين الذكاء**. ت : نسيم الصمادي وهبة عبد المولى، الشركة العربية للاعلام العلمي (شعاع).
- المصري، احلام احمد غازي محمد. (٢٠٠٦): **العوامل المؤثرة على نجاح التسويق الشخصي**، دراسة وصفية. رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الاردنية، الاردن.
- المظلوم، هند محمد ابراهيم و اللوزي، ارزاق محمد عطية (٢٠٢٠): **برنامج تدريبي قائم على مدخل التفكير التصميمي لتنمية مهارات تسويق الذات وخفض قلق المستقبل المهني لدى طلاب كلية الاقتصاد المنزلي، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية**، عدد (٣٠) مجلد (٦)، مصر.
- هول. ريتشارد (٢٠١٠): **الطريق إلى النجاح**. ت : مهند الخيري، مكتبة جرير، غزة.
- الهييتي، خ. (١٩٩٩): **ادارة الموارد البشرية**، دار الحامد، عمان.
- المصادر الاجنبية :

1. Creed, P., & et.al. (2006). *Self – esteem and Self efficacyout comes forunemploy indivi duals attending occupational skills traing programs*, Griffith University, . Australio.

2. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing pearson prentice – hall 14th ed.* Boston.: VSA.
3. Manas, A., & Holmlind, M. (2014). *Self. Marketing brand Skills for business*, students Hanken School of Economics. Finland.
4. Rieman, T. (2007). *The Power of Body language*, New York.
5. Shepherd, I. (2005). From Cattle and Coke to charlis : meeting the Challenge of Self Marketing and Persona Branding. *Journal of Marketing Management*.

### الملاحق

#### ملحق (١)

##### أ- مقياس مهارات التنفيذ بصيغته النهائية :

ت	الفقرات	تنطبق عليّ دائماً	تنطبق عليّ كثيراً	أحياناً	لا تنطبق عليّ
١.	لدي القدرة على التفكير والتروي قبل اتخاذ أي قرار				
٢.	اميل الى البوح بأول شيء يتبادر الى ذهني				
٣.	لدي رغبة على معاقبة نفسي على شيء قلته للتو				
٤.	أؤكد من توفر جميع المعلومات لدى قبل اتخاذ أي إجراء فعلي				
٥.	لا احزن على ما فاتني من مهارات مهما كان نوعها				
٦.	من اجل مستقبلي اتحمل ضغوط الدراسة من سهر وصعوبة الحياة				
٧.	اعتمد على ذاكرتي لشراء الاشياء التي احتاجها				
٨.	لدي القدرة على التذكر عند انجاز المهمات الصعبة				
٩.	عند فشلي في مشروع ما فأنتني اميل إلى عزل نفسي في كهف الذكريات				
١٠.	لدي القدرة على اداء مهمة معينة دون اغفال التزاماتي الاخرى				
١١.	احتاج إلى مفكرة دورية لاتمام المهمات المطلوبة				

١٢.	ليس من السهل ان احيد عن هدي				
١٣.	اميل إلى صياغة عبارات ايجابية تجاه ذاتي				
١٤.	لدي القدرة على مقاومة الاغراءات التي تشتت انتباهي				
١٥.	اتمكن من معاودة الكرة من جديد بعد أي اضطراب انفعالي				
١٦.	انا شخص حساس وعاطفي				
١٧.	لدي القدرة على التركيز على المهمة التي اقوم بها				
١٨.	لدي القدرة على الابتعاد عن أي مصادر التشويش واقتنائها.				
١٩.	لدي صعوبة في اتمام الامور حتى نهايتها				
٢٠.	واصل العمل في المهمة التي بدأت فيها واجتهد لحين انجازها				
٢١.	لدي القدرة على الالتزام بالوعود والوفاء بها				
٢٢.	لا اجل عمل اليوم إلى غد				
٢٣.	اسدد قيمة فاتورة المشتريات بمجرد استلامها				
٢٤.	ابدأ بالعمل في أي مهمة منذ اللحظة الأولى				
٢٥.	اشعر بالحيوية والنشاط بمجرد بدء العمل والشروع فيه				
٢٦.	اميل إلى المماثلة والتسوية عند القيام بالاعمال التي تناط إليها				
٢٧.	اميل إلى اعداد قوائم بالخطوات المطلوبة لانجاز عمل معين				
٢٨.	ليس لدي فكرة واضحة عما سأفعله في يومي القادم				
٢٩.	اميل إلى تقسيم المهمات الكبيرة إلى مهمات فرعية واضع وقت محدد لانجازها				
٣٠.	ابدأ عملي من الأهم ثم المهم				
٣١.	اميل إلى تسليم مشروعك المكلف به في الوقت المحدد				
٣٢.	اميل إلى الترتيب والتنظيم في ادق تفاصيل حياتي				
٣٣.	كثيراً ما أخطئ في وضع الاشياء في مكانها الصحيح				

٣٤.	استخدم نظاماً محددة في تنظيم معلوماتي كالملفات أو البريد الالكتروني				
٣٥.	اميل إلى الحفاظ على مكان مذكراتي مرتباً ومنظماً				
٣٦.	استطيع تقصي أثر متعلقاتي والعثور عليها				
٣٧.	لدي القدرة على الالتزام بالمواعيد المحددة				
٣٨.	على مدار اليوم استطيع متابعة جميع المهمات التي عليّ انجازها في آن واحد				
٣٩.	انتهي من معظم الواجبات المناطة بي ولا يبقى سوى المهمات الأقل اهمية				
٤٠.	لدي القدرة على تحديد الوقت المناسب لتنفيذ المهمات وأنها في مواعيدها				
٤١.	ليس لدي تقدير مضبوط للوقت المستغرق في انجاز عملي واتمامه				
٤٢.	نجحت في تحقيق غالبية الاهداف التي وضعتها لنفسي				
٤٣.	اتخذ جميع التدابير اللازمة لتحقيق هدفي على أرض الواقع				
٤٤.	لدي القدرة على انجاز اهداف طويلة المدى بغض النظر عن العراقيل التي قد أمر بها				
٤٥.	ابتعد عن الانشطة التي تمت بصلة لما احاول انجازه من اهداف				
٤٦.	لدي القدرة على تحديد هدف نفسي وملاحقته لحين تحقيقه				
٤٧.	لدي القدرة على التواء مع المعلومات الجديدة واستيعابها				
٤٨.	لدي القدرة على التوافق مع مجريات الامور والتصرف باستقلالية				
٤٩.	عندما اتفاجئ بإلغاء رحلتي اتخذ ترتيبات سفر بديلة				
٥٠.	لدي صعوبة في التكيف مع متغيرات الحياة				
٥١.	انا على استعداد لاستيعاب المعلومات الجديدة ودمجها في خطتي				
٥٢.	دائماً أسأل نفسي، كيف كان ادائي				
٥٣.	لدي القدرة على اكتشاف الكثير من الحلول لأية مشكلة امر بها وتحديد الانسب من				

					وجهة نظري	
					٥٤. لدي الفراسة لقراءة ما بين السطور في القرار الذي اتخذه	
					٥٥. اعود لتكرار الخطأ نفسه في كل مرة	
					٥٦. اتخذ قراراتتي بناء على ما اشعر به انه صحيح	
					٥٧. لدي القدرة على انجاز المهمات المناطة بي رغم الضغوط المحيطة بي	
					٥٨. استطيع التعامل مع أي موعد امتحان يتم تقديمه عن مواعده الاصلي	
					٥٩. ارحب بالعمل لساعات طويلة على مدار الليل لإنهاء العمل الذي في يدي.	
					٦٠. عندما ارتكب خطأ في موقفاً ما فان الامر يستحوذ على تفكيري لعدة أيام مقبلة.	
					٦١. أميل إلى الوظائف التي تتطوي على مقدار ضئيل من الغموض.	

## ملحق (٢)

## ب- مقياس التسويق الشخصي بصورته النهائية:

ت	الفقرات	تنطبق عليّ دائماً	تنطبق عليّ كثيراً	تنطبق عليّ أحياناً	تنطبق عليّ نادراً	لا تنطبق عليّ
١.	أؤمن بالمقولة "الاصرار يحطم الصعاب"					
٢.	بأمكنني استخدام كل قدراتي					
٣.	اميل الى حل مشاكلي بنفسي					
٤.	اميل الى العمل الروتيني					
٥.	اخطط لحياتي بنفسي ولا يساعدني احد في ذلك					
٦.	اجد صعوبة في احداث تغيرات في حياتي					
٧.	الاعتماد على النفس يولد السعادة الحقيقية					
٨.	أؤمن بالمقولة "السعي للتميز سمة محببة أما السعي للكمال فهو مطلب لا جدوى منه"					
٩.	أؤمن ان الإنسان خلق حتى يفكر ويتحرك وتكون لديه اهداف لينمي عقله					

١٠.	اجد صعوبة في التعبير عما بداخلي				
١١.	احب المشاركة في الاعمال والانشطة الاجتماعية				
١٢.	لا انتازل عن حقوقي وادافع عنها				
١٣.	أؤمن بأن النجاح ينطلق من فكرة نصفها لانفسنا ونمضي في تحقيقها				
١٤.	لا احمل في خارطتي الذهنية شيئاً فيه فشل بل يمكن ان يعرف التجربة				
١٥.	أؤمن بالمقولة : الوعود التي تسقى بالاهمال تنبت خيبة				
١٦.	اعتقد ان النجاح في الحياة يرتبط بالخطا اكثر من بذل الجهد				
١٧.	اقدر ذاتي على اساس مستوى كفاءتي				
١٨.	اميل الى الدقة في الاعمال والنشاطات المنجزة				
١٩.	اميل الى انجاز الاعمال باسلوب متجدد				
٢٠.	ابتعد عن تقليد الاخرين في حل المشكلات التي اتعرض لها				
٢١.	اميل الى تقديم افكار جديدة في مجال اختصاصي.				
٢٢.	اشعر انني شخص متحمل للمخاطر				
٢٣.	أؤمن بالمقولة "انا الفرح ان شئت والتعاسة اذا اردت، أنا مجموعة من المشاعر والاحاسيس قد تظهر وتختفي بحسب الحال				
٢٤.	أؤمن بالمقولة "ان الامل وبعده العمل الجاد يؤدي إلى تحقيق الذات				
٢٥.	اسعى لاكتساب العديد من المهارات الجديدة				
٢٦.	أسئل اسئلة مقنعة				
٢٧.	اتعاطف مع الطرف الآخر				



					بعبارات افهم ما تعنيه ... اقدر ما تقوله	
					اكرر بعض الكلمات والعبارات في كلامي لأوجد مزيد من التأثير	٢٨.
					اقوم باحداث انطباع قوي في الدقائق الأولى من أي لقاء	٢٩.
					استخدم لغة الجسد للتأثير على الآخرين	٣٠.
					انصت باهتمام إلى آراء الناس لافكر في محتوى وخصائص ما قالوه.	٣١.
					اذا كانت هناك معارضة لمقترحاتي اخطط لاقناع الآخرين بالتدريج	٣٢.
					امدح الآخرين لازيد تأثري عليهم	٣٣.
					ارتب افكاري لتدور حول موضوع معين	٣٤.
					استخدم الافكار التي تكون مقبولة لدى الآخرين	٣٥.
					لدي الاساليب المناسبة لايصال افكاري للآخرين	٣٦.
					اذكر مؤهلاتي قبل ان احاول اقناع الطرف الآخر	٣٧.
					اقوم باحداث انطباع مؤثر في الدقائق الأولى من أي لقاء مع الطرف الآخر	٣٨.
					استخدام اساليب التقليد والحركة والمفاجأة لأؤثر على الآخرين.	٣٩.
					اميل الى ممارسة النشاطات الفردية	٤٠.
					لدي صداقات دامت وقتاً طويلاً	٤١.
					لدي القدرة على اتخاذ القرارات الشخصية المهمة	٤٢.
					انا سعيد بالتخصص الذي تم اختياره لانه ينسجم مع مهاراتي واهتمامي وشخصيتي	٤٣.
					اغضب بشدة عندما اخفق او اشعر بالاحباط	٤٤.

٤٥.	لدي احساس مطلق بنفسي وبهويتي الذاتية				
٤٦.	اميل الى الالتحاق بدورات لتعلم مهارات جديدة				
٤٧.	اميل الى قراءة كتباً ومجلات تساعدني في توجيه نفسي				
٤٨.	اميل الى ايجاد اساليب فريدة او نادرة لحل المشكلات التي تواجهني				
٤٩.	افضل الذهاب الى مكان هادئ بمفردي				