

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 مقاييس التسويق الشخصي المكون من (٤٩) فقرة بصيغته النهائية واظهرت النتائج ان طلاب الدراسات العليا لديهم مهارات تنفيذ وتسويق شخصي وهناك علاقة ارتباطية طردية تربط بينهما.

وانتهت الدراسات بعدد من التوصيات والمقترنات.

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 الأفراد إلى مهارات التنفيذ والتي تعد ضرورية للمهامات والوظائف الجديدة التي يقبلون عليها إذ إنَّ قلة معرفة الفرد بمواطن القوة والضعف بمهاراته التنفيذية يؤدي إلى فشله في الاضطلاع بمهامات وظيفته الجديدة وحين يتعرض الفرد لضغوط كبيرة في العمل سيصيبه الاجهاد والتعب لأي سبب وسوف تزداد صعوبة المهامات التي تتطلب اضعف المهارات التنفيذية على الاطلاق بل قد تعجز تماماً عن انجاز المهامات المطلوبة لذا فمن الطبيعي ان ينجذب الفرد إلى المهامات 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 مهامات صعبة تتطلب مهارات جديدة لتنفيذها يميل إلى التأجيل المتكرر لتلك المهامات حتى النهاية وقد يضطر إلى تنفيذها على الرغم من افتقاره إلى مواطن القوة الأساسية التي تتطلبها تلك المهمة وعندئذ لن يختلف حال الفرد عنمن يسبح ضد التيار فالعمل ضد التشكيلة المثالية من مواطن القوة كالسباحة ضد التيار، ومثلها يجده السباح وهو يصارع الامواج عندما يصادفه حضه العاشر بتيار مفاجئ فيبذل جهداً كبيراً ويعاني اشد المعاناة ثم ينظر حوله فلا يجد لجهده أثراً كذلك الحال بالنسبة للفرد الذي يعمل ضد مواطن قوته سوف لا تكون له بصمة في الاداء وتضيع جهوده ادراجه الرياح لأنَّه صادف تيار قوي ومناخ محبط (كانفيلد، ٢٠٠٧، ص ١١٢١).

ان المهامات التي لا تتناسب مع مهارات الفرد التنفيذية لن تكون بالأهمية التي تناسبه في الاساس وقد ينجح الفرد في تأدية مهامات محددة لا تتفق مع مواطن قوته ستكون تلك المهامات بمثابة المهامات الاصعب من نوعها والاكثر اجهاداً له فضلاً عن ذلك بمجرد تعرضه لبعض الضغوط أو الازمات ستكتشف نقاط ضعفه كما لو انه قد وضع تحت مجهر أو سلطت عليه عدسة مكبة امام نفسه أو امام الاخرين فعلى سبيل المثال قد يكون الفرد بصدده 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 يتتجنبها الفرد لو اسندت اليه مهمة تتناسب مع مهارته التنفيذية ومن ثم يحب عمله وينجزه بشكل افضل (مارتن وآخرون، ٢٠٠٧، ص ٥٧).

وقد تفتقر بعض المؤسسات إلى سبل الاستفادة 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 تكثت بالمهام التي يبدي فيها الفرد مهارة واجادة ملحوظة وانما هي تتمي عليه ما تعتقد انه يجب ان يؤديه بشكل جيد نظراً لادراكتها وتصورها للوظيفة ومهامها وهكذا فان اسناد المهام التي كان يتولها في السابق فرد متخصص الى عهده فرد اخر غير متخصص لهو امر فيه مضيعة 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 المحظوظ الفشل وبعض المؤسسات تجبر الفرد على استخدام مهاراته الضعيفة مما ينعكس سلباً على مستوى وقدرته على انجاز المهمة المطلوبة إذ أن من بين الاسباب الرئيسية في حدوث المشكلات الوظيفية عدم ت المناسب مهارات الفرد مع متطلبات المهمة التي يؤديها أو الافتقار إلى حسن التلاقي فربما يكون هناك عدم تلاقي 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 المنوطة اليه أو ل تعرضه للنقد أو حتى الغيظ الشديد من قبل مديره في العمل (حروف، ٢٠١٢، ص ٢٠٠).

ومن الجدير بالذكر ان المهارات التنفيذية الضعيفة قد تتسرب في مشكلات ليست ذات صلة بالمهمة التي بصددها الفرد فقد تتسرب 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 تتسرب بدورها في مشكلات خاصة بال التواصل فعلى سبيل المثال قد يؤدي افتقار الفرد للمرنة إلى تشابك افكاره وآرائه وعدم استيعاب المعلومات والحقائق الجديدة مما قد يظهر الفرد بصورة غير المفترض بآراء 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 تثور تأثيرته بسرعة وإذا كان الفرد لا يستطيع كبح جماح النفس فقد يبدو

غير لائق اجتماعياً نظراً لتصرفة باندفاع وقد يفتقر الفرد إلى حضور الذهن والتنظيم فيجد صعوبة في تحديد المعلومات التي ينبغي استخدامها خلال عملية التواصل أن العباء 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 الأفراد المهارات والاستراتيجيات الازمة لعرض افكارهم وكيفية تسويق ذاتهم إذ هناك الكثير من الأفراد 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 يمتنع الكثير من الأفراد عن التسويق الشخصي لأنفسهم ويخرسون كثير من الفرص وذلك بسبب صعوبة اكتشاف ذاتهم 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 يعكس سلباً على المؤسسة التي يعمل فيها الفرد من حيث تأجيل أو تأخير في العمل وقد يفشل الفرد في أداء بعض المهام 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 الأفراد يتمتعون بالذكاء والقدرة على ممارسة نشاط ما وبمهارة ولكنهم لا يشعرون بأن هذا ما يرغبون في قضاء كل حياتهم فيه وعلى العكس هناك من يعيشون حياتهم كلها دون أن يفصحوا عن قدراتهم الحقيقية فهناك الكثير من الطاقات والمواهب المهدورة التي لا تكتشف ولا تستثمر الا بمحض الصدفة (رضا، ٢٠٠٨، ص ١٥).

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

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

أهمية البحث

يسعى الفرد بصورة فطرية إلى تحصيل المكاسب من خلال تحقيق طموحات وأهداف متغيرة ومتناهية تتغير بتغيير مراحله العمرية وحاجاته الفطرية والفكريه والاجتماعية ويبني الفرد الناجح أهدافه تبعاً لما تمتلكه شخصيته من مهارات ومواهب ومعارف وقد لا تتناسب طموحات الفرد

وأهدافه مع محدداته الذاتية أو قد لا تنسجم معها فيتحتم عليه أن يواجه أحد الاحتمالين أما أن يتراجع عن اهدافه وينسحب ليعلن هزيمته أو فشله في تحقيق طموحاته أو يشحد همه ويستدعي طاقته في سبيل احلامه وادراك نجاحاته وفي هذه الحالة يتبعن عليه التعرف إلى مهاراته وتطويرها بما يتلائم مع المستوى الذي يطمح أن يصل إليه، إذ لا بد للفرد أن يكون في تحرك وتطور مستمر (الفقىي، ٢٠١٠، ص ١٥).

وينبغي على الفرد عرض مهاراته وتسويقه 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 شاملأً لكثير من الحالات ولم يقتصر فقط على تسويق المنتجات والخدمات فهذا المفهوم قد يضم أيضاً تسويق الأفراد لأفكارهم ومهاراتهم لغرض الحصول على وظيفة أو ترقية (المصري، ٢٠٠٦، ص ٤٩) ان التسويق الشخصي هو الطريقة التي يرغب بها الفرد في عرض مهاراته لاصحاب 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 مهاراته 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 انتباهم اليه وبالتالي يفضلون هذا الفرد على غيره (Shepherd, 2005, p. 606). فضلا عن ذلك ان التسويق الشخصي اصبح من المجهودات الشخصية وان على الأفراد تطوير مهاراتهم الشخصية والوظيفية لكي ينجحوا في تسويق انفسهم وان هذه العملية تزداد تعقيداً مع تعقيدات الحياة المهنية وتحتم على الفرد توفير القدرات الشخصية لضمان تسويق مهاراتهم وأفكارهم (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 تتميّتها وتطويرها ليحصل على المهمة التي يطمح لها (الصيرفي، ٢٠١٥، ص ٦٥) اذ ان الفرد الناجح هو الذي يسقّي من كل ما حوله لتطوير نفسه والترويج لها حتى يحقق النجاح الذي يحلم به (الكندي، ٢٠١٤، ص ٨٨-٨٩).

إنَّ هدف التسويق الشخصي تعريف الأفراد 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 اكده 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 اكده دراسة (Creed & Manas & Holmlind, 2014, p. 46) et.al, 2006, p. 283).

وأن لكل فرد مجموعة من مواطن القوة والضعف الراسخة في تكوينه الشخصي والتي لها علاقة بمهاراته كفرد وتباين من فرد إلى آخر، إذ يمكن توقع نماذج سلوكية وتنفيذية معينة بفعل اندماج هذه المهارات أو تناقضها 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 الأساسية 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 بصدده، لذا ينبغي تطوير مهارات التنفيذ القوية والتي تمر بمراحل نمو وتطور مختلفة تبدأ منذ لحظة الميلاد ويكتمل نموها بدخول الفرد في مرحلة الرشيد (مارتن وأخرون، ٢٠٠٧، ص ٥) (العريفي، ٢٠٠٩، ص ٣٦).

ان مهارات التنفيذ بمثابة الديناميات التي يستطيع الفرد من خلالها تمييز هذا الكم الهائل من المعلومات حتى يستطيع التفكير واتخاذ القرارات المختلفة، ان مهارات التنفيذ تقييد 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 وأخرون، 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 اكثـر تلقائـية، لذا ينبغي على الفرد ان يسوق لمهاراته التنفيذية القوية ومواصلة محاولاته نحو تتمـيم وتسويـق مهاراته القوية وسد الثغـرات فيما يتعلق بأضعف مهاراته أو التحاـيل علـيـها ومحاـولة تحـجـيمـها (الصـمـاديـ، ٢٠١٦، ص ٤٩). وبـذلك سـيـكونـ الفـردـ جـزـءـ مـنـ المـزـيجـ الصـحـيـحـ لـفـرـيقـ الـعـلـمـ الـخـاصـ بـاـيـ مـشـرـوعـ (الـهـيـتيـ، ١٩٩٩، ص ١٥).

تـأتيـ أهمـيـةـ الـبـحـثـ الـحـالـيـ مـنـ خـالـلـ أـهـمـيـةـ التـسـويـقـ الشـخـصـيـ الـذـيـ يـعـملـ عـلـىـ صـيـاغـةـ مـهـارـاتـ التـنـفـيـذـ لـلـأـفـرـادـ الرـاغـبـينـ فـيـ التـوـظـيفـ اوـ الـاسـتـمـارـ فـيـ مـهـمـةـ مـعـيـنـةـ وـالـتـرـقـيـ فـيـهاـ وـالـحـصـولـ عـلـىـ مـرـاتـبـ مـتـقـدـمـةـ فـيـ الـمـؤـسـسـةـ الـتـيـ يـعـملـ فـيـهاـ.

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 مهمين وهما المهارات التنفيذية والتسويق الشخصي وهم 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 ولكل الجنسين (ذكر وإناث) وكل التخصصين للعام الدراسي (٢٠٢٣-٢٠٢٤).

تعريف المصطلحات :

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

-(مارتن) وأخرون ٢٠٠٧ Martian and et.al ٢٠٠٧ "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 الواقع، وضع الاهداف وتحقيقها، والمرؤنة، وقوة الملاحظة، وتحمل الضغوط" (مارتن وآخرون، ٢٠٠٧، ص٦).

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

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

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

- (كوتلر و أرمسترونج) 2012 Kotler & Armstrong : "هو كافة الاجراءات والانشطة التي تتضمن الثقة بالنفس واعادة 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 الطالب من خلال اجابتهم على فقرات مقياس التسويق الشخصي المعد لأغراض هذا البحث.

الفصل الثاني: اطار نظري ودراسات سابقة

أولاً : مهارات التنفيذ skills

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

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، ص ٥) و (العريفي، ٢٠٠٩، ص ٣٦) ان مهارات التنفيذ تساعد الفرد في تنفيذ واتمام المهام 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 (الصمامي، ٢٠١٦، ص ٥).

واكذ (مارتن) وآخرون أن الفرد يستطيع ان يحدد اقوى مهارات التنفيذ واضعفها حتى يتسلى 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 التطبع (مارتن و آخرون، ٢٠٠٧، ص ٥).

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

واكذ (مارتن) وآخرون بوجود اثنى عشرة مهارة من مهارات التنفيذ وهي الاقرب صلة بتصرف الأفراد وسلوكياتهم في بيئات العمل المختلفة وهي كالآتي:

- ١- مهارة كبح جماح الذات : وهي تلك المهارة التي تتضمن القدرة على مقاومة الدافع الملح للنفوه 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 الحياد 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 لإنجاز الاهداف أو اتمام المهام أو التحكم في السلوك وتوجيهه وتتضمن هذه المهارة صياغة عبارات ايجابية تجاه الذات وكبح التصريحات الذاتية السلبية بل وحتى تأجيل الاشباع النفسي الغوري في اثناء تعقب اهداف طويلة المدى اكثراً 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 (الصمامي، ٢٠١٦، ص ١٢) .

٥- مهارة المبادرة : القدرة على بدء المهام او المشروعات دون تسوييف 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 المتخض 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 المهام وانهائها في مواعيدها.

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 والتكييف 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 تعميم 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 اكثراً من مهارة وهناك مهارات متناسقة إذ أجمعت مع بعضها البعض

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

ثانياً : التسويق الشخصي :

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

يشير (كوتلر وأرمسترونج) أن التسويق الشخصي نشاط يتم اتخاذه من قبل فرد معين من أجل 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 أن 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 المرغوبه وايصال قيمهم للاخرين وعدم ترك ما يرغبون في ايصاله يعتمد على الحظ وانما ينبغي ان تكون كل الاتصالات مخططة ويتم ترجمتها بعناية الى برامج متكاملة.

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

وقد أشار (كولتر وارمسرونج) أن للتسويق الشخصي أبعاد عده منها :

١- الثقة بالنفس : هو مدى ادراك الفرد لكتفاته 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 تواقياً على اساس تلك المعرفة وان تكون لدى الفرد صورة دقيقة عن نواحي القوة والضعف والوعي بالحالة المزاجية وحدودها والوعي بمقاصده دوافعه 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

(نموذج 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، ص ٣٧-١٠٧).

الفصل الثالث

منهجية البحث

اعتمد الباحثة في دراستها هذه على المنهج الوصفي.

مجتمع البحث

تمثل مجتمع البحث الحالي بطلاب الدراسات العليا/قناة القبول العام لمرحلة الماجستير والدكتوراه في جامعة بغداد للعام الدراسي (٢٠٢٣-٢٠٢٤) من الذكور والإإناث 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

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

٦.	العلوم السياسية	إنساني	٣٨	٣٦	٧٤
٧.	القانون	إنساني	١٦	٤٠	٥٦
٨.	العلوم الاسلامية	إنساني	١٨٠	٢٠٨	٣٨٨
المجموع			٨	١٣٢٨	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	٤٧٧٨
المجموع	الكلية للكليات العلمية والإنسانية	إنساني	٢٤	٣٢٩٧	٤٣٢٢
المجموع	الكلية للكليات العلمية والإنسانية	إنساني	٢٤	٤٣٢٢	٧٦١٩

عينة البحث

تألف عينة البحث الحالي (٥٥٠) طالباً وطالبة وزعت عليهم الاستمرارات 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

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

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

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 (٦-١).
- 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 الأولويات 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 (٥٦-٥٢).

١٢- تحمل الضغوط من فقرة (٥٧-٦١).

تحليل الفقرات احصائياً :**١- طريقة المقارنة الظرفية :**

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

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

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

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

دالة	٢١.٤٩	٠.٧٣ ٠.٦٨ ٠.٨٢	٢.٢٨ ٤.٣٢ ٢.٤٥	دنيا عليا دنيا	٣١
مهارة التنظيم					
دالة	٢٦.٣٩	٠.٦٢ ٠.٨٣	٤.٥١ ٢.٢٦	عليا دنيا	٣٢
		٠.٥١ ٠.٦٥	٤.٥٤ ٢.١	عليا دنيا	
دالة	٣٥.٧٣	٠.٥٥ ٠.٦٣	٤.٦٢ ٢.٠٧	عليا دنيا	٣٣
		٠.٤٦ ٠.٧٩	٤.٧ ٢.٢٧	عليا دنيا	
دالة	٣٧.١٥	٠.٧	٤.٥	عليا	٣٤
		٠.٨٣	٢.٥٢	دنيا	
مهارة ادارة الوقت					
دالة	٢١.٦٣	٠.٦٣ ٠.٩٦	٤.٤٤ ٢.٤	عليا دنيا	٣٧
		٠.٥٤ ٠.٧	٤.٥٦ ٢.٣١	عليا دنيا	
دالة	٣١.١٩	٠.٤٨ ٠.٦٩	٤.٦٤ ٢.٣	عليا دنيا	٣٨
		٠.٥١ ٠.٧٨	٤.٦٥ ٢.٤٧	عليا دنيا	
دالة	٢٨.٥٢	٠.٦١	٤.٥١	عليا	٤٠
		٠.٧٨	٢.٧	دنيا	
دالة	٢٢.١٧	٠.٦١ ٠.٧٨	٤.٥١ ٢.٧	عليا دنيا	٤١
مهارة وضع الاهداف وتحقيقها					
دالة	٢٣.٥٨	٠.٥٢ ٠.٩٢	٤.٥٨ ٢.٥٤	عليا دنيا	٤٢
		٠.٤٩ ٠.٧٨	٤.٦٤ ٢.٢٥	عليا دنيا	
دالة	٣١.٧٠	٠.٤٨ ٠.٧٨	٤.٧٢ ٢.١٦	عليا دنيا	٤٣
		٠.٤٨ ٠.٧٧	٤.٧ ٢.٣٤	عليا دنيا	
دالة	٣١.٩٤	٠.٦	٤.٤٨	عليا	٤٥
		٠.٩٢	٢.٥٩	دنيا	
دالة	٢١.١١	٠.٧٩	٤.٤٤	عليا	٤٦
		٠.٥٩	٢.٥٩	دنيا	
مهارة المرونة					
دالة	٢١.٢٨	٠.٧٩	٤.٤٤	عليا	٤٧

		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 لأن قيمتها التائية المحسوبة أعلى من القيمة التائية الجدولية البالغة (١.٩٦٠) عند مستوى دالة (٠٠٠٥) ودرجة حرية (٢٩٦).

٢- طريقة الاتساق الداخلي للفقرات :

أ- علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية لمقاييس مهارات التنفيذ :

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

الجدول (٤) صدق فقرات مقياس مهارات التنفيذ باستعمال باسلوب علاقنة درجة الفقرة بالدرجة الكلية

الدالة	معامل الارتباط	الفقرة	الدالة	معامل الارتباط	الفقرة	الدالة	معامل الارتباط	الفقرة
مهارة التحكم الانفعالي						مهارة كبح جماح النفس		
دالة	.٠٧٥	١٢	دالة	.٠٧٥	٧	دالة	.٠٧٠	١
دالة	.٠٨٧	١٣	دالة	.٠٨٦	٨	دالة	.٠٨٣	٢
دالة	.٠٨٩	١٥	دالة	.٠٩٣	٩	دالة	.٠٩٠	٣
دالة	.٠٧٥	١٦	دالة	.٠٨٧	١٠	دالة	.٠٨٩	٤
دالة	.٠٧٥	١٧	دالة	.٠٧٤	١١	دالة	.٠٨٣	٥
						دالة	.٠٦٩	٦
مهارة التخطيط						مهارة التركيز		
دالة	.٠٧٣	٢٢	دالة	.٠٧٤	٢٢	دالة	.٠٧٥	١٧
دالة	.٠٨٦	٢٨	دالة	.٠٨٧	٢٣	دالة	.٠٨٥	١٨
دالة	.٠٩٢	٢٩	دالة	.٠٩١	٢٤	دالة	.٠٩٠	١٩
دالة	.٠٨٦	٣٠	دالة	.٠٨٦	٢٥	دالة	.٠٨٤	٢٠
دالة	.٠٧٣	٣١	دالة	.٠٦٩	٢٦	دالة	.٠٦٩	٢١
مهارة وضع الاهداف						مهارة التنظيم		
دالة	.٠٧٤	٤٢	دالة	.٠٧١	٣٧	دالة	.٠٧٣	٣٢
دالة	.٠٨٨	٤٣	دالة	.٠٨٥	٣٨	دالة	.٠٨٧	٣٣
دالة	.٠٩٢	٤٤	دالة	.٠٩٠	٣٩	دالة	.٠٩٢	٣٤
دالة	.٠٨٨	٤٥	دالة	.٠٨٢	٤٠	دالة	.٠٨٧	٣٥
دالة	.٠٧١	٤٦	دالة	.٠٦٩	٤١	دالة	.٠٧٣	٣٦
مهارة تحمل الضغوط						مهارة المرونة		
دالة	.٠٧٣	٥٧	دالة	.٠٧٦	٥٢	دالة	.٠٦٨	٤٧
دالة	.٠٨٧	٥٨	دالة	.٠٨٤	٥٣	دالة	.٠٨٥	٤٨
دالة	.٠٩٣	٥٩	دالة	.٠٩٠	٥٤	دالة	.٠٩١	٤٩
دالة	.٠٨٨	٦٠	دالة	.٠٨٦	٥٥	دالة	.٠٨٧	٥٠
دالة	.٠٨١	٦١	دالة	.٠٧٥	٥٦	دالة	.٠٧١	٥١

من الجدول اعلاه يتبيّن ان الارتباطات جميعها دالة احصائيّاً عند موازنة قيم الارتباط المحسوبة مع قيمة معامل الارتباط الجدولية البالغة (٠٠٨) عند مستوى دالة (٥٠٠٥) وبدرجة حرية (٥٤٨).

ثبات المقياس

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

جدول (٥) ثبات الفاکرونباخ لمقياس مهارات التنفيذ

قيمة الثبات	مقياس مهارات التنفيذ	ت
٠.٨٩	مهارة كبح جماح النفس	١

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

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 دائمًا الى لا ينطبق على.
ثانياً : مقياس التسويق الشخص :

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

- ١- الثقة بالنفسى من فقرة (١٢-١).
- 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 الظرفية :

تم استخدام الاختبار الثاني 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	التأئية المحسوبة	الدلالة
١	عليا	٤٠.٣٨	٠.٩٣	٥.١٩	دالة

		١.٥٢	٣.٦٢	دنيا	
دالة	٧.٩١	٠.٧٦	٤.١٦	عليا	٢
		٠.٩٤	٣.٣٨	دنيا	
		٠.٨	٤.١٣	عليا	
دالة	١٠.٦٥	٠.٧٩	٣.١٥	دنيا	٣
		٠.٩٣	٤.١١	عليا	
		١.٠٢	٣.٠٥	دنيا	
دالة	٩.٤٨	١.٠٣	٤.٠٥	عليا	٤
		١.١٧	٢.٧٧	دنيا	
		١.٠٩	٣.٩٧	عليا	
دالة	٩.٩٧	١.١١	٢.٦٩	دنيا	٥
		١.١٨	٢.٦٤	دنيا	
		١.٠١	٤.٠٧	عليا	
دالة	١١.٣٣	١.٠٧	٢.٦٢	دنيا	٧
		٠.٨٦	٤.٠٥	عليا	
		٠.٨٩	٤.٠٩	عليا	
دالة	١٢.٦٨	١.١	٢.٦٥	دنيا	٨
		٠.٩٩	٤.٠٦	عليا	
		١.٠٢	٢.٦٥	دنيا	
دالة	١٢.٠٨	١.٠٢	٣.٩٩	عليا	٩
		١.١١	٢.٧	دنيا	
		١.٢٠	٤.٠٦	عليا	
دالة	١٠.٤٧	١.٠٣	٣.٩٣	عليا	١٠
		١.٠٢	٣.٩٥	عليا	
		١.٠٣	٢.٨٢	دنيا	
دالة	٩.٤٨	١.١	٢.٩٩	دنيا	١٢
		١.٠٣	٣.٩٣	عليا	
		١.٠٢	٣.٩٥	عليا	
دالة	٧.٥٤	١.٠١	٣.٠١	دنيا	١٣
		٠.٩٤	٤	عليا	
		٠.٩١	٤.١١	عليا	
دالة	٨.٦٩	١.٠٦	٣.١	دنيا	١٤
		٠.٩١	٤.١١	عليا	
		١.٠١	٣.٠١	دنيا	
دالة	٨.٨٣	٠.٨٤	٤.٠٦	عليا	١٥
		١.١٤	٣.٠٩	دنيا	
		٠.٨١	٤.١	عليا	
دالة	٩.٣٧	١.١٣	٣.٠٣	دنيا	١٧
		٠.٧٩	٤.٠٨	عليا	
دالة	١٠.٥٦				١٨

		١٠٠٥	٢.٩٤	دنيا	
دالة	١٠.٣٣	٠.٨٤	٤.٠٧	عليا	١٩
		١.٠٧	٢.٩٣	دنيا	
دالة	١٠.٠٥	٠.٨٧	٤.٠٩	عليا	٢٠
		١.١٤	٢.٩١	دنيا	
دالة	١٠.٢٧	٠.٨٤	٤.١	عليا	٢١
		١.١٧	٢.٨٩	دنيا	
دالة	١٠.٨٠	٠.٨٨	٤.١٢	عليا	٢٢
		١.١	٢.٨٨	دنيا	
دالة	٩.٦٨	٠.٩٥	٤.١١	عليا	٢٣
		١.٠٦	٢.٩٨	دنيا	
دالة	٩.٧٠	٠.٨٤	٤.١٥	عليا	٢٤
		١.٠٧	٣.٠٧	دنيا	
دالة	٩.٣٨	٠.٨٥	٤.١٢	عليا	٢٥
		١.٠٤	٣.٠٩	دنيا	
دالة	٨.٨٧	٠.٨٩	٤.٠٤	عليا	٢٦
		٠.٩٩	٣.٠٧	دنيا	
دالة	٨.٣٥	٠.٩٤	٤.٠٧	عليا	٢٧
		١.١٢	٣.٠٧	دنيا	
دالة	٨.٨٠	٠.٩٦	٤.٠٥	عليا	٢٨
		١.١٦	٢.٩٧	دنيا	
دالة	١٠.٧٧	٠.٨٨	٤.٠٨	عليا	٢٩
		١.٠٦	٢.٨٧	دنيا	
دالة	١٠.٥٣	٠.٩٨	٤.٠٣	عليا	٣٠
		١	٢.٨٣	دنيا	
دالة	٩.٠٨	١.٠٧	٣.٩٩	عليا	٣١
		١.٠٣	٢.٨٨	دنيا	
دالة	٧.٣٨	١.١١	٣.٨٧	عليا	٣٢
		١.١٦	٢.٨٩	دنيا	
دالة	٧.٨١	١.٠٢	٣.٨٧	عليا	٣٣
		١.١٥	٢.٨٩	دنيا	
دالة	٨.٠٨	١.٠٧	٣.٨٥	عليا	٣٤
		١.١	٢.٨٤	دنيا	
دالة	٩.٢٢	١.٠٤	٣.٨٦	عليا	٣٥

		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 يتبيّن ان جميع الفقرات مميزة لأن قيمها التائبة المحسوبة أعلى من القيمة التائبة الجدولية البالغة (١.٩٦٠) عند مستوى (٠٠٥) ودرجة حرية (٢٩٦).

٢- طريقة الاتساق الداخلي للفقرات :

أ. علاقـة درـجة الفقرـة بـالدرـجة الـكـالـية لـمـقـيـاس التـسـويـق الشـخـصـي :

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 اسلوب علاقه درجة الفقرة بالدرجة الكلية
الجدول (٧) صدق فقرات مقياس التسويق الشخصي باستعمال اسلوب علاقه درجة الفقرة بالدرجة الكلية

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

من الجدول اعلاه يتبيّن ان الارتباطات كلها دالة احصائياً عند موازنة قيم الارتباط المحسوبة مع قيمة معامل الارتباط الجدولية البالغة (٠٠٠٨) عند مستوى دالة (٠٠٠٥) وبدرجة حرية (٥٤٨).

ب. علاقه 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 علاقه درجه الفرقه
بالدرجة الكلية للمجال الذي تتنمي اليه

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

من الجدول اعلاه يتبيّن ان الارتباطات كلها دالة احصائيّاً عند موازنتها بالقيمة الجدولية لمعامل ارتباط بيرسون وبالبالغة (٠٠٠٨) عند مستوى (٠٠٠٥) ودرجة حرية (٥٤٨).

ج. علاقه درجه المجال بالدرجة الكلية والمجال بال المجال لمقياس التسويق الشخصي :

باستعمال معامل ارتباط بيرسون والجدول (٩) يوضح ذلك.

الجدول (٩) صدق مقياس التسويق الشخصي باستعمال علاقه درجه المجال بالدرجة الكلية للمقياس والمجال بال المجال

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

من الجدول اعلاه اتضح ان معاملات الارتباط دالة احصائيّاً عند موازنتها بالقيمة الجدولية لمعامل ارتباط بيرسون (٠٠٠٨) عند مستوى دالة (٠٠٠٥) ودرجة حرية (٥٤٨).

ثبات المقياس :

معامل (الفا) كرونباخ للاتساق الداخلي باستعمال معادلة (الفا) كرونباخ بلغ معامل ثبات المقياس (٠٠٩١) 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 لقياس التسويق الشخصي ويتألف هذا المقياس من مدرج خماسي امام كل فقرة يبدأ من ينطبق على دائمًا إلى لا ينطبق على.

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 وبالبالغ عدد (٥٠٠) طالباً وطالبة تم اختيارهم بالطريقة الطبقية العشوائية.

الوسائل الاحصائية :

لقد تعددت وتتنوعت الوسائل الاحصائية التي استخدمت في هذا البحث بحسب متطلبات التحليل وهي كالتالي:

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 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 الفا للاتساق الداخلي لمقاييس مهارات التنفيذ والتسويق الشخصي.

٤- الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة لك 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 والتحصص.

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

الفصل الرابع

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج ومناقشتها وتقسيرها

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 وباستعمال الاختبار الثاني (t-test) لعينة واحدة تبين ان الفرق دال احصائياً ولصالح المتوسطات الحسابية لاجابات الافراد على جميع مقاييس مهارات التنفيذ إذ كانت القيم الثانية المحسوبة لهذه المقارنات اعلى من القيمة الثانية الجدولية والبالغة (١.٩٦٠) بدرجة حرية (٤٩٩) ومستوى دلالة (٠.٠٥) والجدول (١٠) يوضح ذلك.

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

التنفيذ

المقياس	المتوسط الحسابي	الاتحراف المعياري	المتوسط الفرضي	القيمة المحسوبة	القيمة الثانية 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 جماعياً بمستوى مرتفع. ويمكن تفسير هذه النتيجة وفق نظرية (مارتن) وآخرون ٢٠٠٧ . إذ إن عينة البحث وهم طلاب الدراسات العليا لديهم مهارات تنفيذ جماعياً لأنهم في مرحلة الرشد والتي تبدأ من سنة ٤٠-٢٥ 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 إطار الرغبات والقيام بواجبات للاجيال القادمة، ففي هذه المرحلة يصل الفرد إلى الانسجام بين وظائف العقل والجسد والروح والوظائف الاجتماعية والفسيولوجية 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 وتنظيم وترتيب الاولويات والتنظيم وادارة الوقت وضع الاهداف وتحقيقها والمرؤنة 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 مقاييس التسويق الشخصي على افراد عينة البحث البالغ عددهم (٥٠٠) طالباً وطالبة وقد اظهرت النتائج ان متوسط درجاتهم على المقاييس بلغ (٢٤٠.٤٦) درجة وبانحراف معياري مقداره (١٤٠.٤٦) درجة وعند موازنة هذا المتوسط مع الوسط الفرضي للمقاييس والبالغ (١٤٧) درجة وباستعمال الاختبار الثاني (t-test) لعينة واحدة تبين ان الفرق دال احصائياً ولصالح المتوسط الحسابي، إذ كانت القيمة التائبة المحسوبة اعلى من القيمة التائبة الجدولية والبالغة (١٠.٩٦٠) بدرجة حرية (٤٩٩) ومستوى دلالة (٠٠٠٥) والجدول (١١) يوضح ذلك.

الجدول (١١) الاختبار الثاني للفرق بين متوسط العينة والوسط الفرضي لمقاييس التسويق الشخصي

مستوى الدلالة	درجة الحرية	القيمة الجدولية	القيمة التائبة المحسوبة	المتوسط الفرضي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة
دال	٤٠٩	١.٩٦٠	٢٠	١٤٧	٢٤٠.٤٦	١٦٨.٨٨	٥٠٠

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 لها 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 لمقاييس (التسويق الشخصي) وذلك من خلال جمع أوزان بدائل المقاييس الخمس وقسمتها على عددها ثم ضرب النتائج في عدد فقرات المقاييس 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 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 الجنس

مستوى الدلالة (٠٠٥)	القيمة الزائية الجدولية	القيمة الزائية المحسوبة	القيمة المعيارية لمعامل الارتباط Zr	معامل الارتباط R	العدد	الجنس	العلاقة بين المتغيرين
دالة	١.٩٦	٣.٢٧	٠.٢٥٥	٠.٢٥	٢٥٠	ذكور	كبح جماح النفس / التسويق الشخصي
			٠.٥٤٩	٠.٥٠	٢٥٠	إناث	الذاكرة الحاضرة / التسويق الشخصي
دالة	١.٩٦	٢.٥٨	٠.١١	٠.١١	٢٥٠	ذكور	التحكم الانفعالي / التسويق الشخصي
			٠.٣٤٣	٠.٣٣	٢٥٠	إناث	
دالة	١.٩٦	٣.١٢	٠.٠٤	٠.٠٤	٢٥٠	ذكور	ذكور / التركيز /
			٠.٣٢١	٠.٣١	٢٥٠	إناث	التسويق الشخصي
دالة	١.٩٦	٣.٩١	٠.٠٦	٠.٠٦	٢٥٠	ذكور	ذكور / المبادرة /
			٠.٤١٢	٠.٣٩	٢٥٠	إناث	التسويق الشخصي
دالة	١.٩٦	٤.٠٢	٠.٠٥	٠.٠٥	٢٥٠	ذكور	الخطيط / التسويق الشخصي
			٠.٤١٢	٠.٣٩	٢٥٠	إناث	
دالة	١.٩٦	٢.٨٨	٠.١٤١	٠.١٤	٢٥٠	ذكور	ذكور /
			٠.٤٠	٠.٣٨	٢٥٠	إناث	التسويق الشخصي
دالة	١.٩٦	٢.٤٧	٠.٢٦٣	٠.٢٦	٢٥٠	ذكور	ذكور / التقطيم /
			٠.٤٣٦	٠.٤١	٢٥٠	إناث	التسويق الشخصي
دالة	١.٩٦	٢.٨٥	٠.١٢١	٠.١٢	٢٥٠	ذكور	ذكور / ادارة الوقت /
			٠.٣٧٧	٠.٣٦	٢٥٠	إناث	التسويق الشخصي
دالة	١.٩٦	٦.٦٢	٠.٠٢	٠.٠٢	٢٥٠	ذكور	ذكور / وضع الاهداف /
			٠.٤٣٦	٠.٤١	٢٥٠	إناث	التسويق الشخصي
دالة	١.٩٦	٣.٠٤	٠.٠٨	٠.٠٨	٢٥٠	ذكور	ذكور /
			٠.٣٥٤	٠.٣٤	٢٥٠	إناث	التسويق الشخصي
دالة	١.٩٦	٣.٣٥	٠.١١	٠.١١	٢٥٠	ذكور	ذكور / قوة الملاحظة /
			٠.٤١٢	٠.٣٩	٢٥٠	إناث	التسويق الشخصي
دالة	١.٩٦	٢.٨٨	٠.١٤١	٠.١٤	٢٥٠	ذكور	ذكور / تحمل الضغوط /
			٠.٤٠	٠.٣٨	٢٥٠	إناث	التسويق الشخصي

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

تشير نتيجة الجدول اعلاه إلى أنه هناك فرق في العلاقة دال احصائياً بين مهارات والتسويق الشخصي تبعاً لمتغير الجنس ولصالح الإناث، وذلك لأن القيم الزائبة المحسوبة جميعها أعلى من الجدولية البالغة (١.٩٦) عند مستوى (٠٠٠٥).

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 المتبني، إذ أن للإناث، رغبة في تسويق ذواتهم لاظهار 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 تصلق مهاراتهن الحالية ومحاولة اظهار تلك المهارات من خلال التسويق الشخصي.

٤- تعرف دالة 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 دالة الفروق بين معاملات الارتباط والجدول (١٢) يوضح ذلك.

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

المتغير	العلاقة بين	الجنس	العدد	معامل الارتباط R	القيمة المعيارية لمعامل الارتباط Zr	القيمة الزائية المحسوبة	القيمة الزائية الجدولية	المستوى الدلالة (٠٠٠٥)
كبح جماح النفس / التسويق الشخصي	علمي	.٢٥٠	.٠٥٠	.٠٥٤٩	.٠٥٤٩	٣.١٥	١.٩٦	دالة
	أدبي	.٢٥٠	.٠٢٦	.٠٢٦٦	.٠٢٦٦			
الذاكرة الحاضرة / التسويق الشخصي	علمي	.٢٥٠	.٠٣٥	.٠٣٦٥	.٠٣٦٥	٢.٩٥	١.٩٦	دالة
	أدبي	.٢٥٠	.٠٦٠	.٠٦٠	.٠٦٠			
التحكم الانفعالي / التسويق الشخصي	علمي	.٢٥٠	.٠٣٤	.٠٣٥٤	.٠٣٥٤	٣.١٦	١.٩٦	دالة
	أدبي	.٢٥٠	.٠٠٧	.٠٠٧	.٠٠٧			
التركيز / التسويق الشخصي	علمي	.٢٥٠	.٠٣٤	.٠٣٥٤	.٠٣٥٤	٢.٦٠	١.٩٦	دالة
	أدبي	.٢٥٠	.٠٦٢	.٠٦٢	.٠٦٢			
المبادرة / التسويق الشخصي	علمي	.٢٥٠	.٠٣٧	.٠٣٨٨	.٠٣٨٨	٣.٤٣	١.٩٦	دالة
	أدبي	.٢٥٠	.٠٠٨	.٠٠٨	.٠٠٨			
التنظيم / التسويق الشخصي	علمي	.٢٥٠	.٠٣٨	.٠٤٠	.٠٤٠	٢.٧٧	١.٩٦	دالة
	أدبي	.٢٥٠	.٠١٥	.٠١٥	.٠١٥٦			
ادارة الوقت / التسويق الشخصي	علمي	.٢٥٠	.٠٤٤	.٠٤٧٢	.٠٤٧٢	٣	١.٩٦	دالة
	أدبي	.٢٥٠	.٠٢٠	.٠٢٠٣	.٠٢٠٣			
التسويق الشخصي	علمي	.٢٥٠	.٠٣٦	.٠٣٧٧	.٠٣٧٧	٢.٢٨	١.٩٦	دالة
	أدبي	.٢٥٠	.٠١٧	.٠١٧٢	.٠١٧٢			
وضع الاهداف / التسويق الشخصي	علمي	.٢٥٠	.٠٣٨	.٠٤٠	.٠٤٠	٢.٣١	١.٩٦	دالة
	أدبي	.٢٥٠	.٠١٩	.٠١٩٢	.٠١٩٢			
المرونة / التسويق الشخصي	علمي	.٢٥٠	.٠٤١	.٠٤٣٦	.٠٤٣٦	٤.٦٢	١.٩٦	دالة
	أدبي	.٢٥٠	.٠٠٢	.٠٠٢	.٠٠٢			
قوة الملاحظة / التسويق الشخصي	علمي	.٢٥٠	.٠٣٩	.٠٤٦٢	.٠٤٦٢	٣.٥٧	١.٩٦	دالة
	أدبي	.٢٥٠	.٠٠٩	.٠٠٩	.٠٠٩			
تحمل الضغوط / التسويق الشخصي	علمي	.٢٥٠	.٠٣٨	.٠٤٠	.٠٤٠	٢.٧٧	١.٩٦	دالة
	أدبي	.٢٥٠	.٠١٥	.٠١٥١	.٠١٥١			

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 الزائدة المحسوبة جميعها أعلى من الجدولية البالغة (١.٩٦) عند مستوى (٠٠٥).

ان هذه النتيجة تتفق مع دراسة المظلوم واللوزي (٢٠٢٠) وهي نتيبة 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 إلى مهارات قليلة ولا تتوافق مع تخصصاتهم وبالتالي لا يحتاج إلى 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 (٠٠٠٨٨) عند مستوى (٠٠٥) ودرجة حرية (٤٩٨) والجدول (١٢) يوضح ذلك.

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

الدالة	درجة الحرية	قيمة بيرسون الجدولية	قيمة بيرسون المحسوبة	التسويق الشخصي مهارات التنفيذ
دالة	٤٩٨	٠٠٠٨٨	٠٠٤٠	مهارة كبح جماح النفس
دالة	٤٩٨	٠٠٠٨٨	٠٠٢٦	مهارة الذاكرة الحاضرة
دالة	٤٩٨	٠٠٠٨٨	٠٠٢٤	مهارة التحكم الانفعالي
دالة	٤٩٨	٠٠٠٨٨	٠٠٢٧	مهارة التركيز
دالة	٤٩٨	٠٠٠٨٨	٠٠٢٦	مهارة المبادرة
دالة	٤٩٨	٠٠٠٨٨	٠٠٢٩	مهارة التخطيط
دالة	٤٩٨	٠٠٠٨٨	٠٠٣٤	مهارة التنظيم
دالة	٤٩٨	٠٠٠٨٨	٠٠٢٨	مهارة ادارة الوقت
دالة	٤٩٨	٠٠٠٨٨	٠٠٢٦	مهارة وضع الاهداف

دالة	٤٩٨	٠٠٨٨	٠٠٢٥	مهارة المرونة
دالة	٤٩٨	٠٠٨٨	٠٠٢٧	مهارة قوة الملاحظة
دالة	٤٩٨	٠٠٨٨	٠٠٢٩	مهارة تحمل الضغوط

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

الوصيات :

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 الامتحانات.

العنوان

المصادر العربية

- أبو العينين، محمد ربيع (٢٠١٩): التسويق الشخصي من الالف إلى الياء. تم الاسترداد من [.https://www.goodreads.com/book/show/48339352](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.
 - اسماويل، هادي خليل و صالح، شفان نوزت (٢٠٠٦): دور المعرفة الضمنية في نجاح تسويق الذات. **محلية 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): التمتن، مصقوفة التفرد والتجدد في القيادة والريادة. عجلون، الأردن.
- الصيرفي، محمد (٢٠١٥): تسويق الافكار، دار السحاب للنشر والتوزيع.
- الطائي، يوسف حبيم (٢٠٠٩): انموذج تسويق الذات وعلاقته بمهارات التفكير الابداعي. كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الكوفة.
- العريفي، عمر بن سلمان (٢٠٠٩): شغف التعلم - والنجاح، مكتبة الملك فهد الوطنية، المملكة العربية السعودية.
- الفقي، ابراهيم (٢٠١٠): قوة الثقة بالنفس. مصر: دار الراية للنشر والتوزيع، مصر.
- كامل، مجدي حسين (٢٠١٩): سر النجاح، دار الامين، القاهرة.
- كانفيلا. جاك (٢٠٠٧): مبادئ النجاح. المملكة العربية السعودية.
- الكندي، 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.
- الهيتي، خ. (١٩٩٩): ادارة الموارد البشرية، دار الحامد، عمان.
- المصادر الاجنبية :
1. Creed, P., & et.al. (2006). *Self – esteem and Self efficacyout comes forunemploye indivi duals attending occupational skills traing programs*, Griffith University, . Australio.

2. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* Pearson prentice - Itall 14theg. 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 :

الفرئات	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠	١١
دائمًا											
كثيراً											
أحياناً											
نادرًاً											
لا تطبق على											
لدي القدرة على التفكير والتروي قبل اتخاذ أي قرار	١.										
اميل الى البح بأول شيء يت卜ader الى ذهني	٢.										
لدي رغبة على معاقبة نفسي على شيء قلته للتو	٣.										
اتأكد من توفر جميع المعلومات لدى قبل اتخاذ أي اجراء فعلي	٤.										
لا احزن على ما فاتني من مهارات مهما كان نوعها	٥.										
من اجل مستقبلي اتحمل ضغوط الدراسة من سهر وصعوبة الحياة	٦.										
اعتمد على ذاكرتي لشراء الاشياء التي احتاجها	٧.										
لدي القدرة على التذكر عند انجاز المهام الصعبة	٨.										
عند فشلي في مشروع ما فأنني اميل إلى عزل نفسي في كهف الذكريات	٩.										
لدي القدرة على اداء مهمة معينة دون اغفال التزاماتي الاخرى	١٠.										
احتاج إلى مفكرة دورية لانتمام المهام المطلوبة	١١.										

١٢	ليس من السهل ان احيد عن هدفي
١٣	اميل إلى صياغة عبارات ايجابية تجاه ذاتي
١٤	لدي القدرة على مقاومة الاغراءات التي تشتبه انتباها
١٥	امكن 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 واقصائها.
١٩	لدي صعوبة في اتمام الامور حتى نهايتها
٢٠	اوصل 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	ابدا بالعمل في أي مهمة منذ اللحظة الأولى
٢٥	أشعر بالحيوية والنشاط بمجرد بدء العمل والشروع فيه
٢٦	اميل إلى المماطلة والتسويف عند القيام بالاعمال التي تناط إليه
٢٧	اميل إلى اعداد قوائم بالخطوات المطلوبة لإنجاز عمل معين
٢٨	ليس لدي فكرة واضحة عما سأفعله في يومي القادم
٢٩	اميل إلى تقسيم المهام الكبيرة إلى مهام فرعية واضع وقت محدد لإنجازها
٣٠	ابدا عملي من الأهم ثم المهم
٣١	اميل إلى تسليم مشروع 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 نظماً محددة في تنظيم معلوماتي الملفات أو البريد الالكتروني
٣٥	اميل إلى الحفاظ على مكان مذاكراتي مرتبأً ومنظماً
٣٦	استطيع تقصي أثر متعلقاتي والعثور عليها
٣٧	لدي القدرة على الالتزام بمواعيد المحددة
٣٨	على مدار اليوم استطيع متابعة جميع المهام التي علىي انجازها في آن واحد
٣٩	انتهي من معظم الواجبات المناطة بي ولا يبقى سوى المهام الأقل اهمية
٤٠	لدي القدرة على تحديد الوقت المناسب لتنفيذ المهام وأنهائها في مواعيدها
٤١	ليس لدى قدرة مضبوط للوقت المستغرق في انجاز عملي واتمامه
٤٢	نجحت في تحقيق غالبية الاهداف التي وضعتها لنفسي
٤٣	اتخذ جميع التدابير الالازمة لتحقيق هدفي على أرض الواقع
٤٤	لدي القدرة على انجاز اهداف طويلة المدى بغض النظر عن العرقيل التي قد أمر بها
٤٥	ابعد عن الانشطة التي تمت بصلة لما احاول انجازه من اهداف
٤٦	لدي القدرة على تحديد هدف النفسي وملاحقته لحين تحقيقه
٤٧	لدي القدرة على التوافق مع المعلومات الجديدة واستيعابها
٤٨	لدي القدرة على التوافق مع مجريات الامور والتصرف باستقلالية
٤٩	عندما اتفاجئ بـإلغاء 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 أسئل نفسي، كيف كان ادائي
٥٣	لدي القدرة على اكتشاف الكثير من الحلول لأية مشكلة امر بها وتحديد الانسب من

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

ملحق (٢)

ب- مقياس التسويق الشخصي بصورة النهاية:

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

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

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

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