



التاريخ: 2025/06/16

سنة أولى ماستر

تخصص تسويق / تخصص تسويق سياحي وفندقي

الإجابة النموذجية لامتحان الإستدراكي للسداسي الثاني للمادة التعليمية الأساليب الكمية في التسويق 2

النشاط الأول: (20 نقطة)

تعتبر الأساليب الإحصائية في البحث العلمي من الأدوات الأساسية التي يعتمد عليها الباحث بهدف قراءة وتحليل المعلومات والبيانات التي جمعها خلال رحلته البحثية، وذلك بهدف الوصول إلى النتائج والحلول المنطقية والدقيقة التي تؤكد أو تنفي فرضياته، المطلوب منك كباحث في مجال التسويق الخدمي تقترح مشكلة بحث بفروضها لعلامتك التجارية يمكن لك أن تختبرها بالأساليب الإحصائية التي سبق لك وأن درستها في منهاج المادة التعليمية الأساليب الكمية في التسويق 2، مع تحديد سبب اختيارك لتلك الأساليب.

الإجابة:

1- الإنحدار اللوجستي: تم إختيار الانحدار اللوجستي الثنائي لأن العلاقة بين المتغير المستقل والتابع علاقة تأثيرية، وكذلك المتغير التابع ثنائي ضمنيا وهو الرضا أو عدم الرضا. **2ن**

الإشكالية: ما مدى تأثير الحملات التسويقية الرقمية التي قام بها فندق هيلتون على رضا العميل بدلالة إحصائية؟ (الرضا/ عدم الرضا) **0.5ن**

الفرضيات: H_0 : لا تأثر الحملات التسويقية الرقمية التي قام بها فندق هيلتون على رضا العميل بدلالة إحصائية. **0.5ن**
 H_1 : تأثر الحملات التسويقية الرقمية التي قام بها فندق هيلتون على رضا العميل بدلالة إحصائية. **0.5ن**

2- التحليل العاملي: تم توزيع استبيان رقمي لدراسة السلوكيات الحديثة لعملاء فندق هيلتون تم استخدام التحليل العاملي التوكيدي بغرض تحكيم إستبيان **1.5ن**

الإشكالية: ما مدى صدق البناء للعبارات المستخدمة في قياس أبعاد سلوكيات عملاء فندق هيلتون في الاستبيان؟ **0.5ن**

الفرضيات: H_0 : لم يصدق بناء العبارات المستخدمة في قياس أبعاد سلوكيات عملاء فندق هيلتون في الاستبيان. **0.5ن**
 H_1 : صدق بناء العبارات المستخدمة في قياس أبعاد سلوكيات عملاء فندق هيلتون في الاستبيان. **0.5ن**

3- التحليل العنقودي: وذلك بغرض دراسة سوق عملاء فندق هيلتون وتحديدًا تجزئة السوق وفقا لمعدل الاستجابة للإعلانات الرقمية، عدد مرات الشراء، مستوى التفاعل مع علامة هيلتون والتخفيضات. **2ن**

الإشكالية: هل يمكن تصنيف عملاء فندق هيلتون إلى مجموعات متجانسة إحصائيا وفقا لمعدل الاستجابة للإعلانات الرقمية، عدد مرات الشراء، مستوى التفاعل مع العلامة، التخفيضات؟ **0.5ن**
الفرضيات: H_0 : لا توجد مجموعات متميزة بين عملاء علامة هيلتون. **0.5ن**
 H_1 : توجد مجموعات متميزة بين عملاء علامة هيلتون. **0.5ن**

4- التحليل التمييزي: في الدراسة الموسومة بعنوان أثر الإعلانات الرقمية، التخفيضات، الدخل على سلوكيات عملاء فندق هيلتون أردنا معرفة أي المتغيرات المستقلة أكثر تأثيرا على المتغير التابع والمتمثل في سلوكيات عملاء فندق هيلتون، وذلك لتركيز الجهود التسويقية على أحد تلك المتغيرات في العروض الترويجية. **2ن**

الإشكالية: ما مدى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية للإعلانات الرقمية، التخفيضات، الدخل على سلوكيات عملاء فندق هيلتون؟ **0.5ن**

الفرضيات: H_0 : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية للإعلانات الرقمية، التخفيضات، الدخل على سلوكيات عملاء فندق هيلتون. **0.5ن**
 H_1 : توجد فروقات ذات دلالة إحصائية للإعلانات الرقمية، التخفيضات، الدخل على سلوكيات عملاء فندق هيلتون. **0.5ن**

5- التحليل المركبات الأساسية: تم استخدام هذا التحليل لأن دراسة العوامل التفسيرية لسلوكيات عملاء فندق هيلتون عند الحجوزات الرقمية كانت كثيرة ومتداخلة وذلك بغرض اختزال المتغيرات المتعددة إلى عدد محدود. **1.5ن**

الإشكالية: هل يمكن اختزال المتغيرات التسويقية المتعددة إلى عدد محدود من المركبات الأساسية تفسر سلوكيات عملاء فندق هيلتون عند الحجوزات الرقمية؟ **0.5ن**

الفرضيات: H_0 : لا يمكن اختزال المتغيرات التسويقية المتعددة إلى عدد محدود من المركبات الأساسية تفسر سلوكيات عملاء فندق هيلتون عند الحجوزات الرقمية. **0.5ن**
 H_1 : يمكن اختزال المتغيرات التسويقية المتعددة إلى عدد محدود من المركبات الأساسية تفسر سلوكيات عملاء فندق هيلتون عند الحجوزات الرقمية. **0.5ن**

6- نموذج المعادلات البنائية: في الدراسة الموسومة بعنوان دور أنسنة الأعمال البنكية الرقمية كمدخل لبناء صورة ذهنية: دراسة حالة بنك الخليج الجزائر وكالة عنابة، تم إقتراح نموذج مبدئي من قبل الباحثة وسيتم إختبار مدى صحته بإستخدام نموذج المعادلات البنائية ومعرفة أيضا وجود متغيرات كامنة أو لا. **2ن**

الإشكالية: ما مدى ملائمة النموذج البنائي المقترح في تفسير العلاقة بين أنسنة الأعمال البنكية الرقمية كمدخل لبناء صورة ذهنية؟ **0.5ن**

الفرضيات: H_0 : النموذج البنائي المقترح لا يحقق ملائمة إحصائية ولا يفسر العلاقة بين أنسنة الأعمال البنكية الرقمية كمدخل لبناء صورة ذهنية. **0.5ن**
 H_1 : النموذج البنائي المقترح يحقق ملائمة إحصائية ويفسر العلاقة بين أنسنة الأعمال البنكية الرقمية كمدخل لبناء صورة ذهنية. **0.5ن**

Ne te décourage pas l'équipe, la prochaine fois sera la bonne

Dr. Benaïda Imene