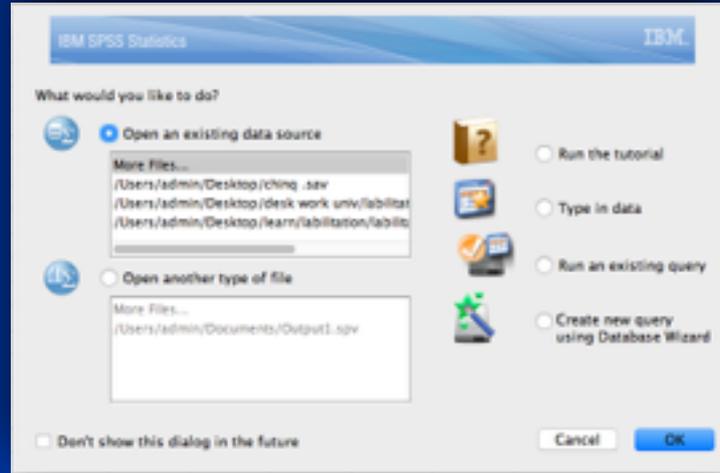


المركز الجامعي لميلة

دروس مكثفة في تحليل قواعد البيانات



الأستاذ: غيشي عبد العالي

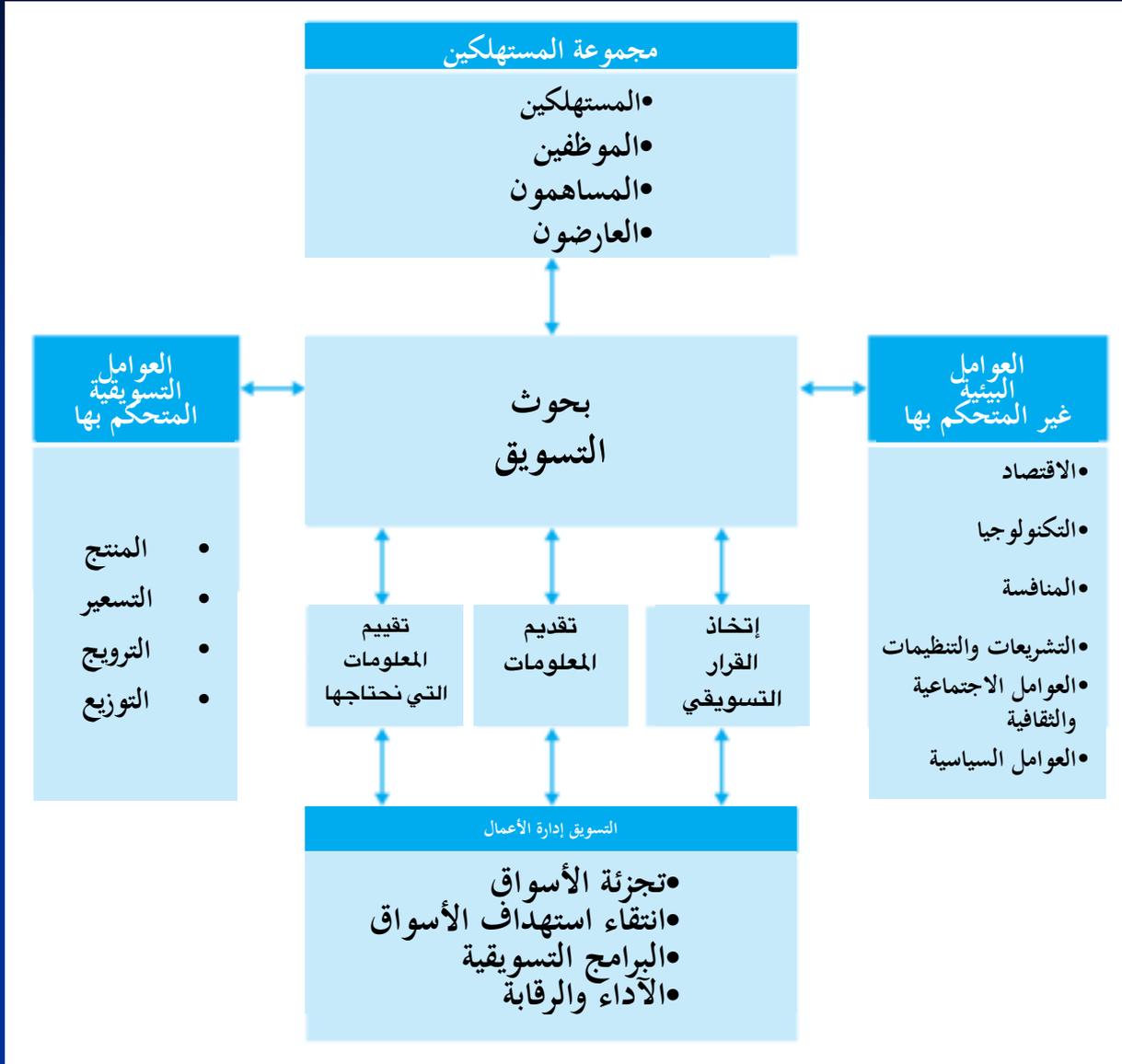
السنة الدراسية 2019 - 2020

الدرس الأول

المحتوى:

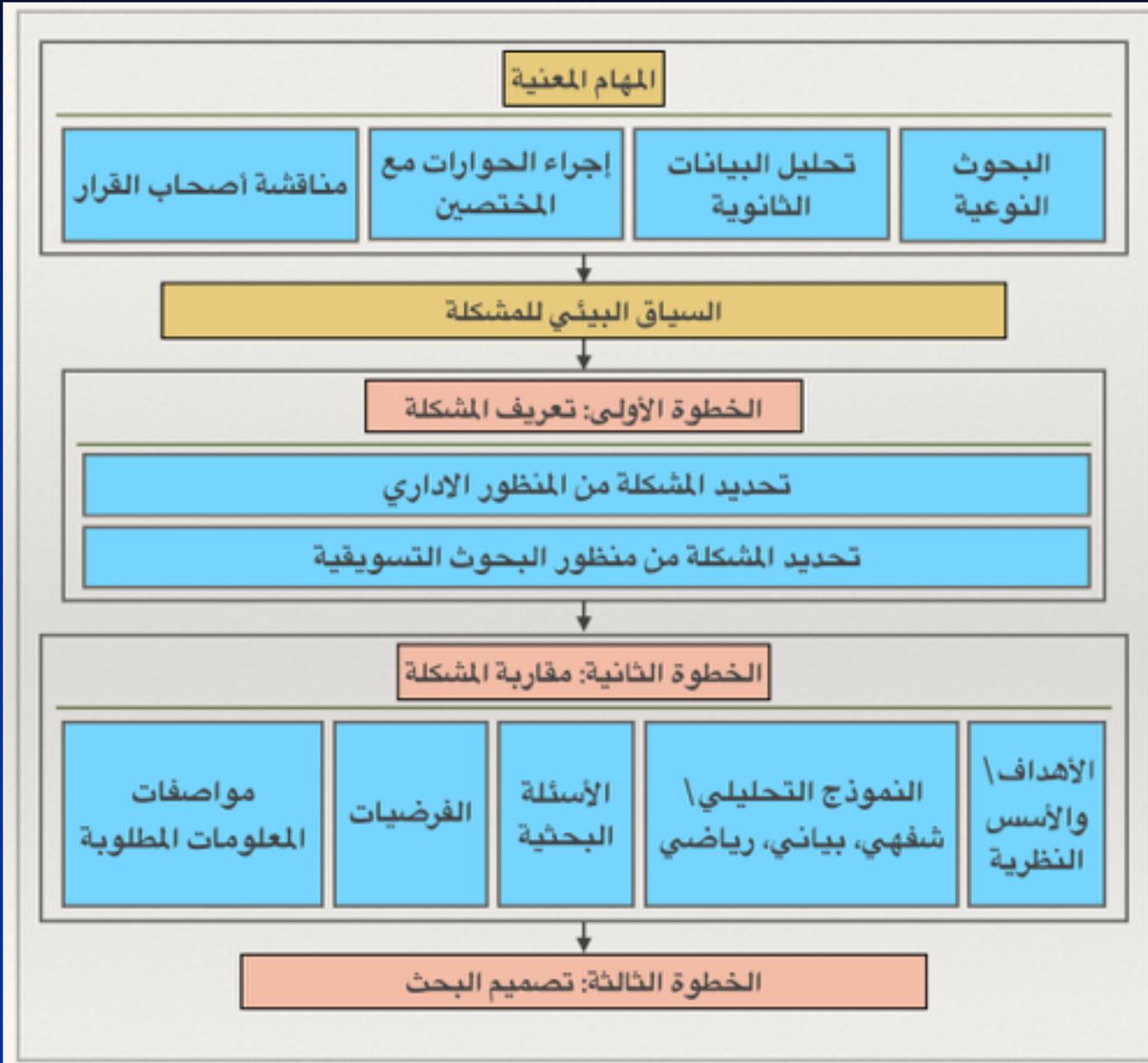
- دور بحوث التسويق
- خطوات تحديد المشكلة
- خريطة مفاهيمية لسيرورة بحوث التسويق
- نموذج تطوير مقياس متعدد العبارات
- بعض المقاييس شائعة الاستخدام في التسويق
- خريطة مفاهيمية لبناء الأسئلة
- أنواع الأسئلة
- خطوات إعداد البيانات للتحليل
- نصائح قيمة للتطبيق العملي
- مثال عن ورقة استبيان حقيقي
- العينات وعلاقتها بالمعاملات الإحصائية
- كتيب الترميز
- مقدمة حول مجموعة برامج (SPSS)
- فتح برنامج (SPSS)
- شاشة العمل على برنامج (SPSS)
- استحداث البيانات في (SPSS)
- تعريف المتغيرات في شاشة عرض المتغير
- مفهوم أنواع المقاييس مع بعض المفاهيم والأمثلة
- إعداد الاستبيانات (ID)
- مثال تطبيقي
- تقييم سلم القياس

دور بحوث التسويق (the role of marketing research)



تتمثل مهمة البحث التسويقي في تقييم احتياجات المعلومات وتزويد الإدارة بالمعلومات الصحيحة الآتية ذات الصلة والدقة والموثوقية والقابلة للتنفيذ. تتطلب بيئة التسويق في ظل التنافسية الحالية والتكاليف المتزايدة باستمرار والتي تُعزى إلى سوء اتخاذ القرارات ، إجراء بحوث تسويقية لتوفير معلومات سليمة. لا تعتمد القرارات السليمة على الشعور الغريزي أو الحدس أو حتى الحكم الخالص. في حالة عدم وجود معلومات سليمة ، قد يتم اتخاذ قرار إداري غير صحيح.

خطوات تحديد المشكلة (The Process of Defining the Problem and Developing an Approach)



الأمثلة التالية تقدم المزيد من التمييز بين مشكلة قرار الإدارة ومشكلة البحوث التسويقية:

مشكلة البحث التسويقي

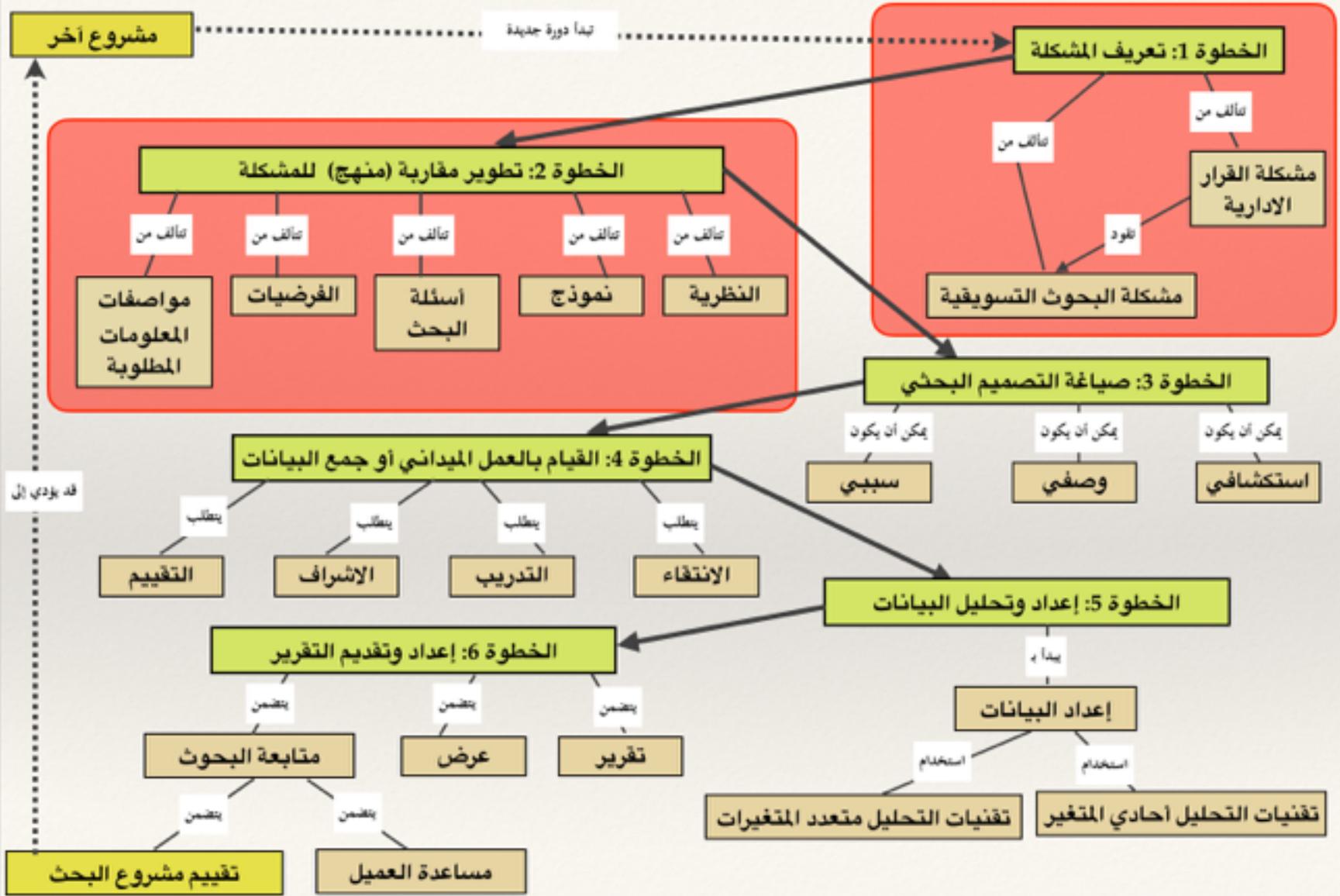
- تحديد تفضيلات المستهلكين ونوايا الشراء للمنتج الجديد المقترح
- تحديد فعالية الحملة الإعلانية الحالية
- تحديد مرونة سعر الطلب وتأثير ذلك على المبيعات والأرباح لمختلف مستويات تغيرات الأسعار

مشكلة القرار الإداري

- هل يجب تقديم منتج جديد؟
- هل يجب تغيير الحملة الإعلانية؟
- هل يجب زيادة سعر العلامة التجارية؟

خريطة مفاهيمية لسيرورة بحوث التسويق (A Concept Map for the Marketing ResearProcess)

خريطة مفاهيمية لسلسلة عمليات البحوث التسويقية



(a Paradigm for Constructing Multi-Item Scales)

A variety of scale configurations may be employed to measure the gentleness of Cheer detergent. Some examples include:

Cheer detergent is:

1. Very harsh — — — — — Very gentle
2. Very harsh 1 2 3 4 5 6 7 Very gentle
3. Very harsh

 Neither harsh nor gentle

 Very gentle
4. ——— Harsh Somewhat harsh Neither harsh nor gentle Somewhat gentle Gentle ——— Very harsh Harsh Somewhat harsh Neither harsh nor gentle Somewhat gentle Gentle Very gentle
5. -3 -2 -1 0 +1 +2 +3
Very harsh Neither harsh nor gentle Very gentle

نموذج تطوير مقياس متعدد العبارات



بعض المقاييس شائعة الاستخدام في التسويق (Some Commonly Used Scales in Marketing)

بعض المقاييس شائعة الاستخدام في التسويق

موصفات المقياس (Scale Descriptors)

العامل أو المركب (Construct)

جيد جدا	جيد	لا سيئة ولا جيدة	سيئ	سيئ جدا	المواقف
مهمة جدا	مهمة	محايد	ليست مهمة	ليست مهمة على الإطلاق	الأهمية
راض جدا	راض	لا راض ولا غير راض	غير راض	غير راض تماما	الرضا
بالتاكيد سأشتري	ربما سأشتري	قد أشتري أو لا أشتري	ربما لن أشتري	بالتاكيد لن أشتري	نية الشراء
في الغالب	غالبا	بعض الأحيان	نادرا	أبدا	تكرار الشراء



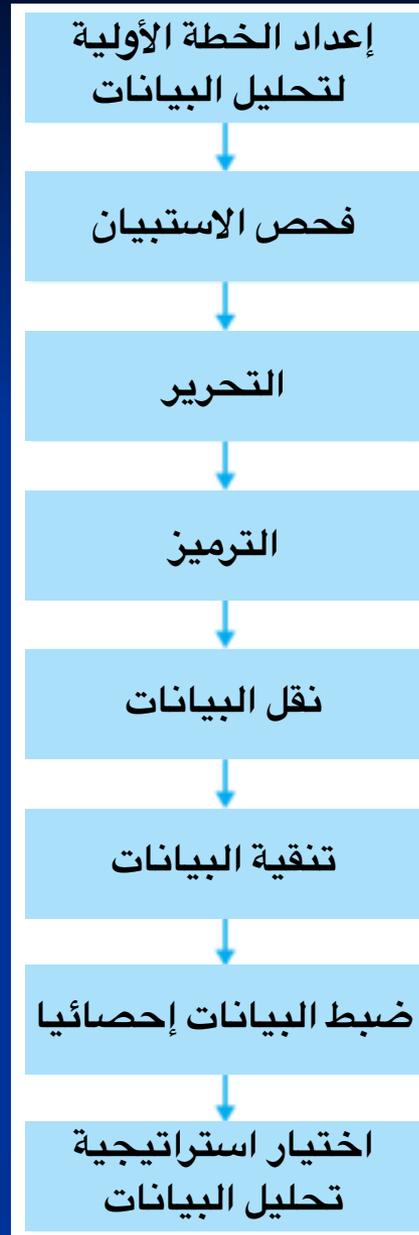
حيث يتم فيها صياغة وطرح الأسئلة لجمع ثلاث أنواع من المعلومات: معلومات عن السلوك، معلومات عن الاتجاهات ومعلومات يمكن استخدامها لغرض التصنيف.

الجدول رقم 08: الأنواع الثلاثة المختلفة للأسئلة.

إطار السؤال	المعلومات التي يبحث عنها	أنواع الدراسات الإرشادية
السلوك	معلومات واقعية عن ماهية الأفراد العينة وأعمالهم وممتلكاتهم وكذلك مدى تكرار بعض تصرفاتهم، وأماكن إقامتهم وما إلى ذلك.	دراسات إرشادية لمعرفة حجم السوق وأسهمه ومجى الإدراك، ومعدل الاستخدام
الاتجاه	نظرة الناس إلى شيء ما، وتصوراتهم ومدى إقبالهم على القيام بأفعال معينة وبسبب قيامهم بها.	دراسات إرشادية لمعرفة تصورات الأفراد واتجاهاتهم، بالإضافة إلى دراسات المتعلقة بالعلامة التجارية، وأخيرا دراسات معرفة رضا المستهلكين (الموظفين)
التصنيف	المعلومات المستخدمة لتصنيف الأفراد لتمييزهم عن الآخرين، مثل أعمارهم، أجناسهم طبقاتهم الاجتماعية، أماكن إقامتهم، حالة مساكنهم، وعدد أفراد عائلاتهم.	جميع أنواع الدراسات الإرشادية

Source : horgue.petall (204) p 154 translated :EL MAKHTOUM

خطوات إعداد البيانات للتحليل (Steps for preparing data for analysis)



Good Grub Restaurant – Customer Satisfaction Survey

Good Morning/afternoon. My name is....., I am phoning from B2B International, a research agency in Manchester. We are carrying out research for Good Grub restaurant and we are contacting all recent visitors to the restaurant. Do you have five minutes to help us with a few questions about your visit?

Q1 Have you visited the restaurant in the last month?

Yes.....

No THANK AND CLOSE

Q2 When did you last visit the restaurant?

DAY	DATE	MONTH

Q3 How often on average, do you visit this restaurant?

At least once a week.....

At least monthly

Less often than this.....

Q7 Based on your last visit, how do you rate the following?

	Very Poor	Poor	OK	Good	Very Good
Speed of service	<input type="checkbox"/>				
Cleanliness ..	<input type="checkbox"/>				
Quality of the food	<input type="checkbox"/>				
Choice of the food	<input type="checkbox"/>				
Value for money	<input type="checkbox"/>				

Q8 How do you rate the overall performance of the restaurant, using a scale of 1 to 10, where 10 is excellent and 1 is very poor

Q4 How many people were in your party on the last occasion you visited the restaurant? ENTER NUMBER

Adults
Children (under 15yrs)

Q5 What did you, personally, order from the menu?

Pasta
Steak
Chicken.....
Pizza
Salad
French Fries
Ice Cream
Coffee/tea
Soft drink
Other.....

Q6 In total, how much did your party spend on this visit?

ENTER TOTAL: \$

Q9 Are there any other comments that you would like to make about the restaurant?

And finally, a few questions about yourself...

Q10 How old are you?

Under 18.....
18-24
25-44
45-60
Over 60.....

Q11 What is your zipcode?

Q12 CODE gender

Male.....
Female.....

THANK AND CLOSE

Figure 8.1 Sample Customer Satisfaction Survey

العينات وعلاقتها بالمعاملات الإحصائية (Samples and its relation to statistics Parameters)

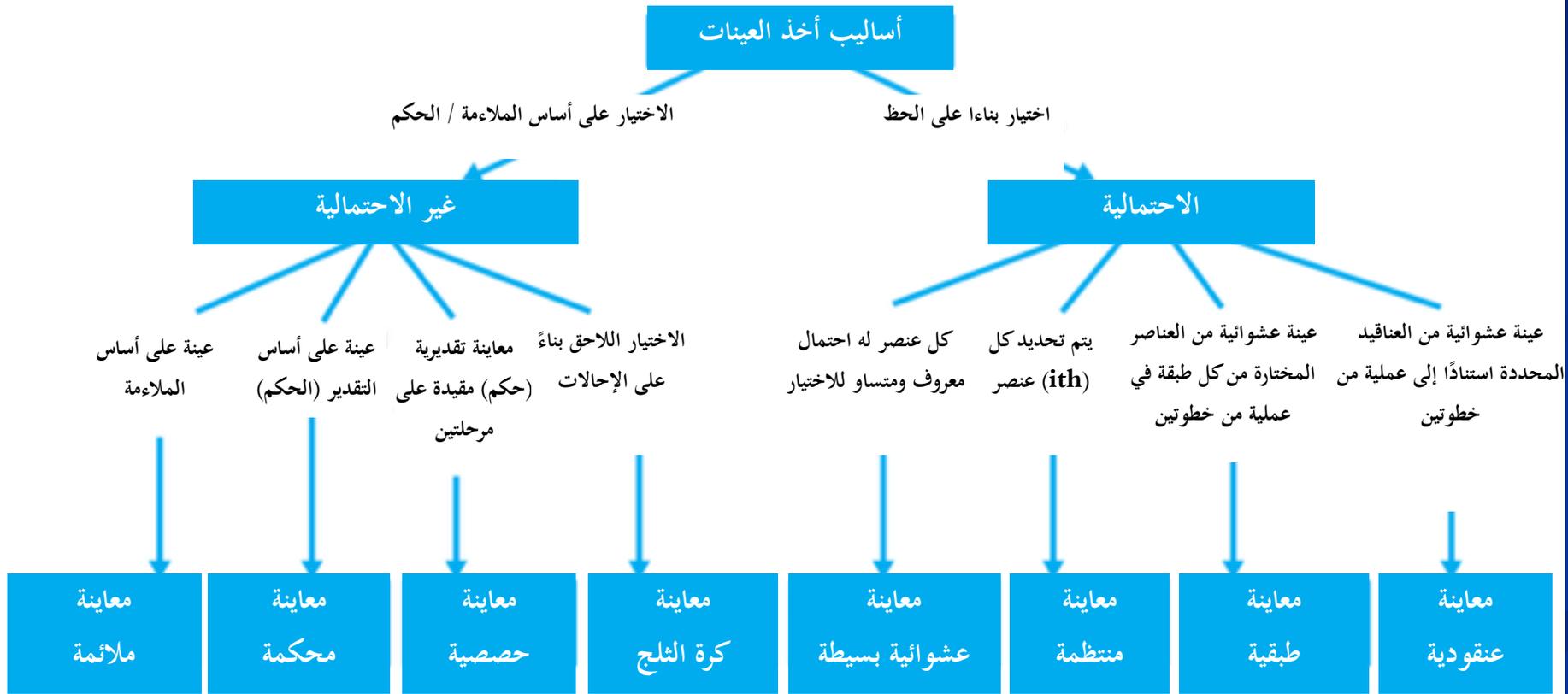


FIGURE 14.2

A Codebook Excerpt

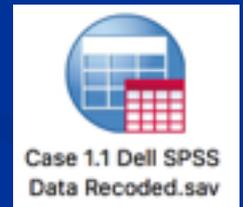
Column Number	Variable Number	Variable Name	Question Number	Coding Instructions
1	1	ID		1 to 20 as coded
2	2	Preference	1	Input the number circled 1 = Weak preference 7 = Strong preference
3	3	Quality	2	Input the number circled 1 = Poor 7 = Excellent
4	4	Quantity	3	Input the number circled 1 = Poor 7 = Excellent
5	5	Value	4	Input the number circled 1 = Poor 7 = Excellent
6	6	Service	5	Input the number circled 1 = Poor 7 = Excellent
7	7	Income	6	Input the number circled 1 = Less than \$20,000 2 = \$20,000 to \$34,999 3 = \$35,000 to \$49,999 4 = \$50,000 to \$74,999 5 = \$75,000 to \$99,999 6 = \$100,000 or more

SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

Is a widely distributed software program which allows data to be analysed. This may involve simple descriptive analyses as well as more advanced techniques, such as multivariate analysis. SPSS consists of different modules. This means that in addition to the basic module (Base System), there are also other modules. These are normally destined for more advanced and specialized analyses (for example, the AMOS module, SPSS Data Entry module). SPSS works with different screens for each type of action (for example data input, output, programming, etc.).

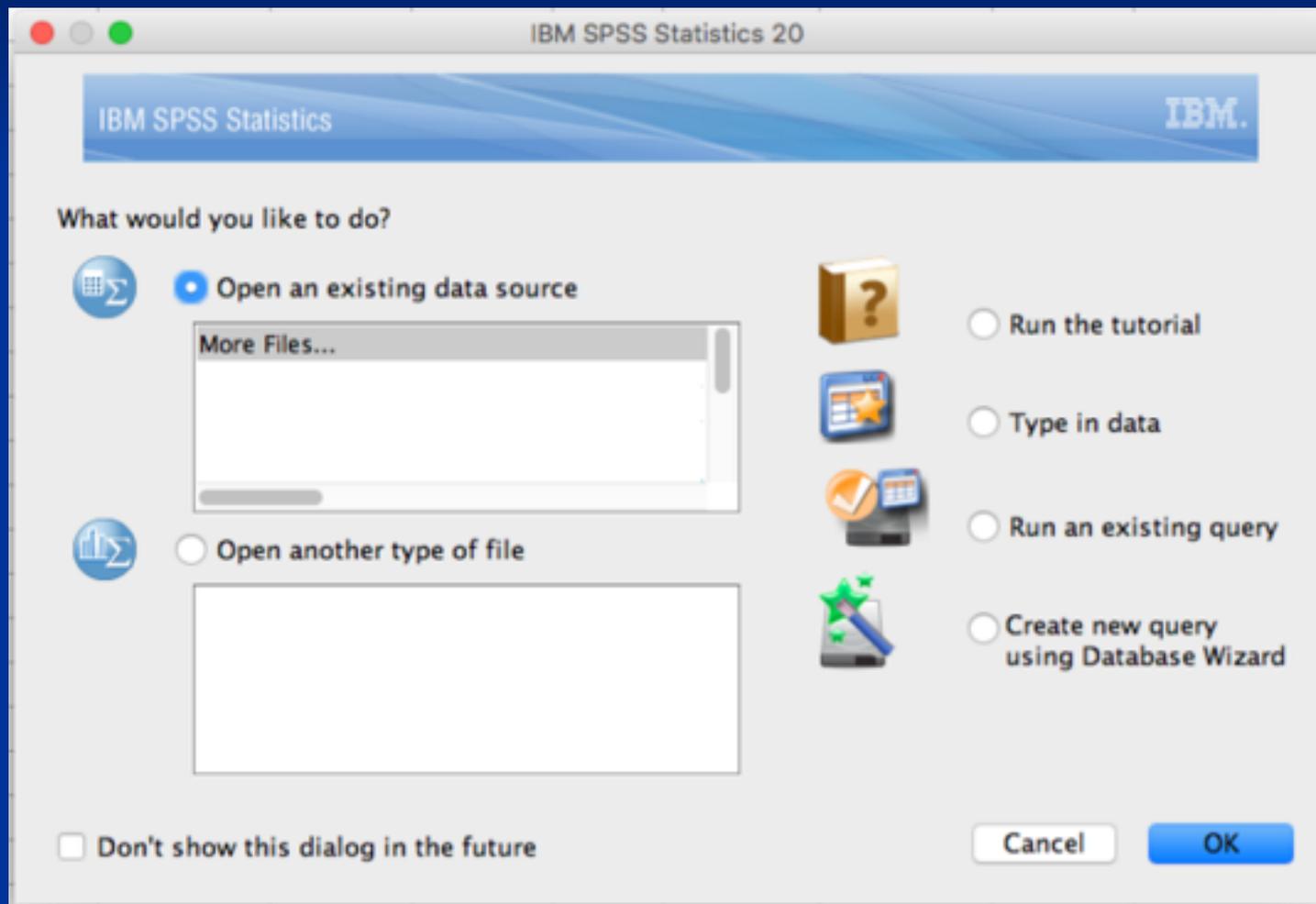
Extension

- Data files are indicated by the extension *.sav*.
- Output screen is indicated by extension *.spo or .spv*.
- Syntax screen is indicated by extension *.sps*.



1. Opening SPSS

There are several ways of beginning a session with SPSS, depending upon whether you intend to build a new file or to access an old one. When SPSS is opened for the first time by clicking the SPSS icon, an opening dialog box will appear with the title SPSS Statistics 20



The highlighted cell is the cell that is currently active

This area displays the value of the currently active cell

Enrichment.SAV [DataSet3] - SPSS Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Graphs Utilities Add-ons Window Help

1 : chapters 4 Visible: 2 of 2 Variables

	chapters	enrich	var	var	var
1	4.00	27.00			
2	1.00	48.00			
3	2.00	46.00			
4	2.00	44.00			
5	2.00	42.00			
6	3.00	40.00			
7	7.00	17.00			

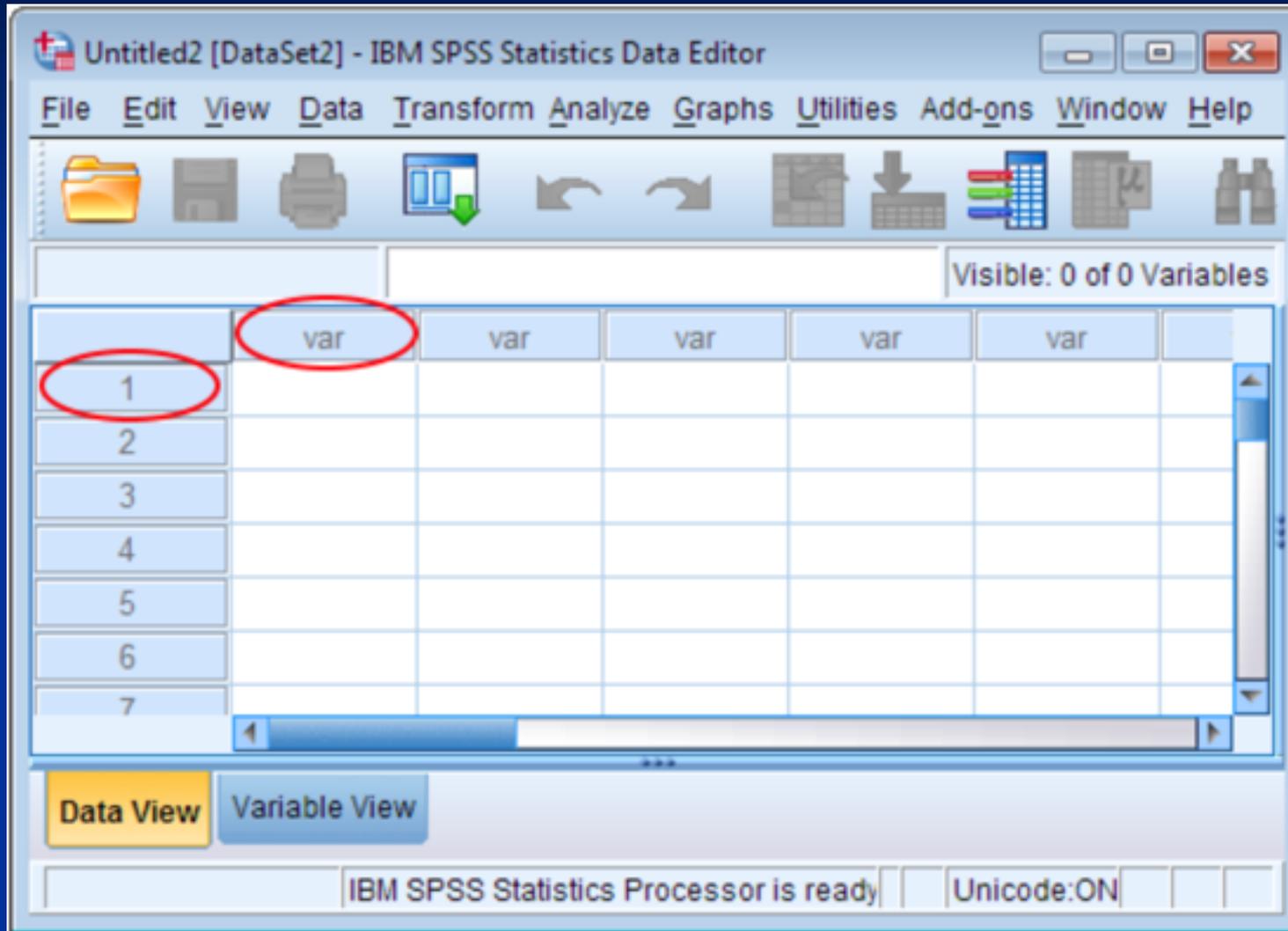
Data View Variable View

SPSS Processor is ready

This shows that we are currently in the 'Data View'

We can click here to switch to the 'Variable View'

When you open the SPSS program, **click File > New > Data** to open a blank spreadsheet.

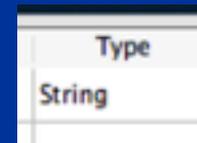
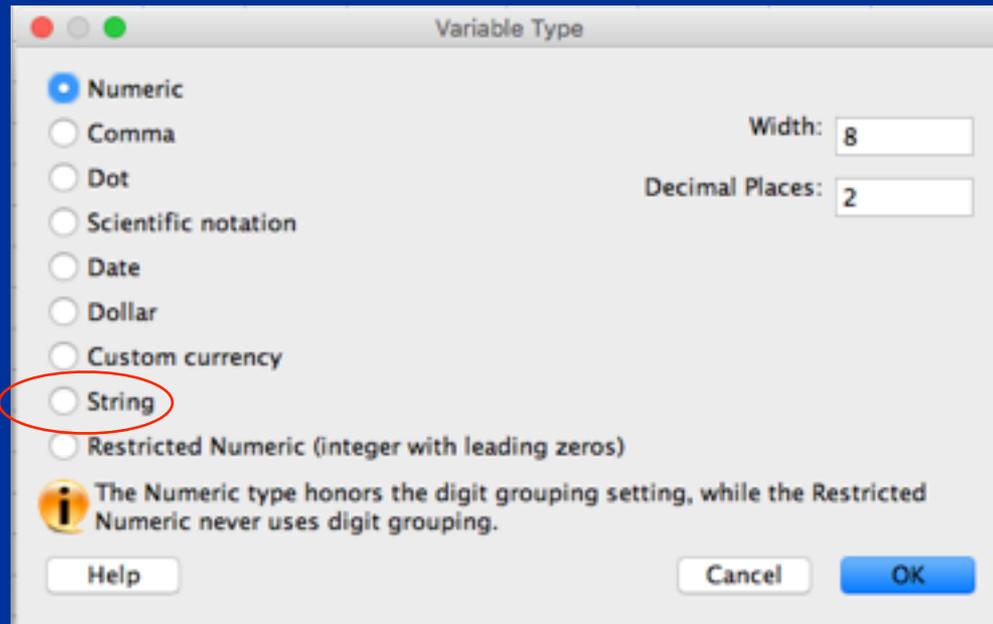


1. In the first column (Name), you may type the relevant variable name

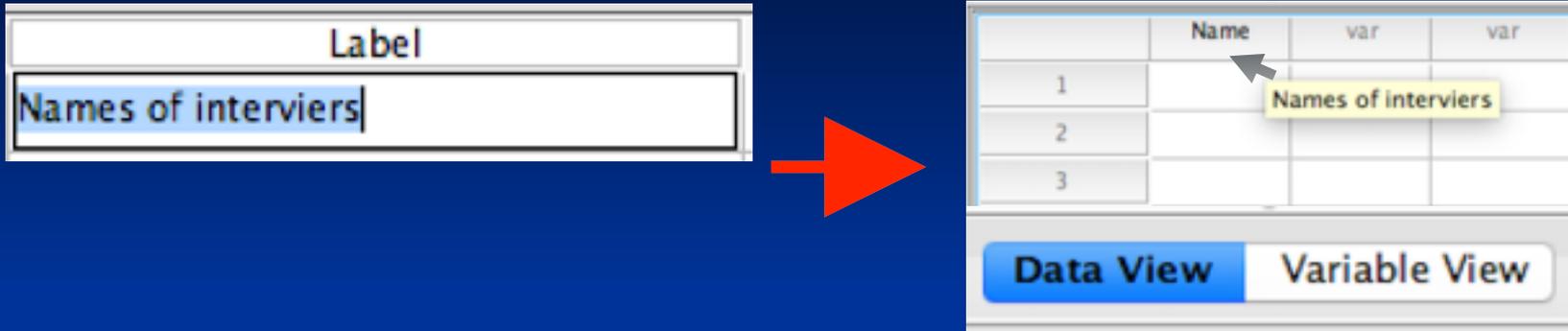
	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
1	Name	String	8	0		None	None	8	Left	Nominal	Input
2											
3											

Data View Variable View

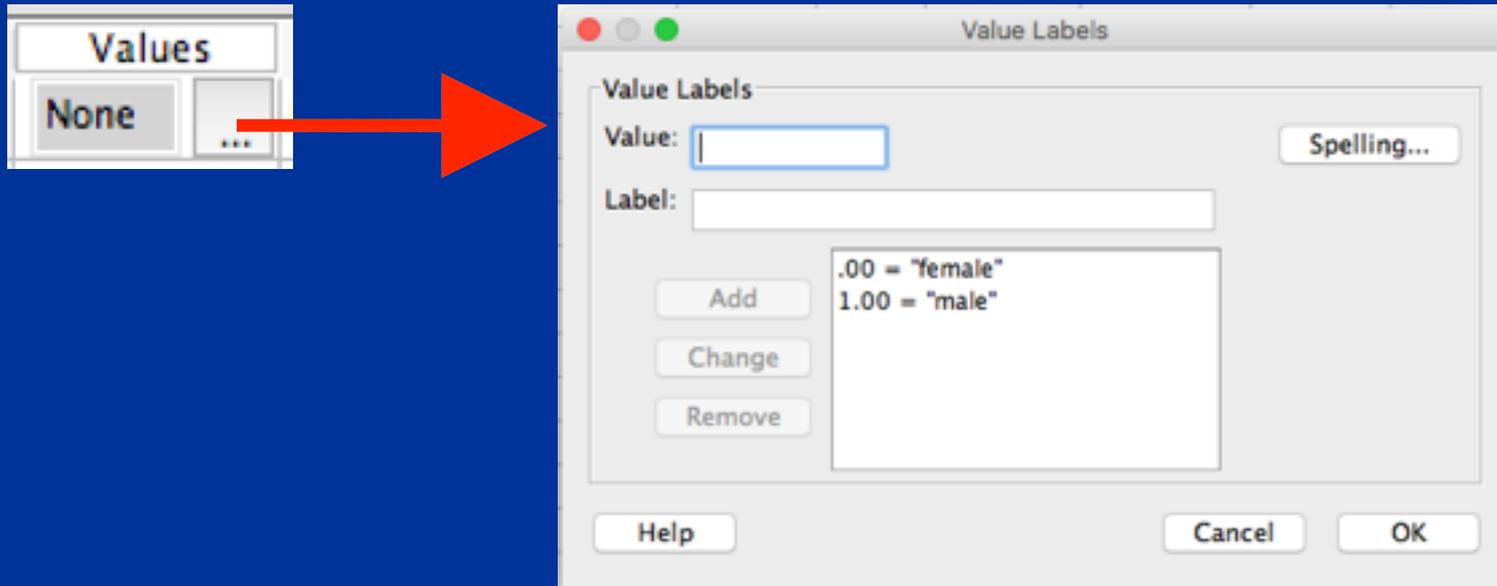
2. the format in the second column (Type)



3. In the column 'Label', a description of the variable may be given if necessary.



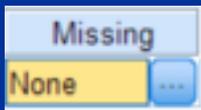
4. **VALUS:** For 'Value' type in '0' and 'female' for 'Value Label' and then click 'Add'. Use the same method for '1' and 'male' (do not forget to click 'Add' each time).



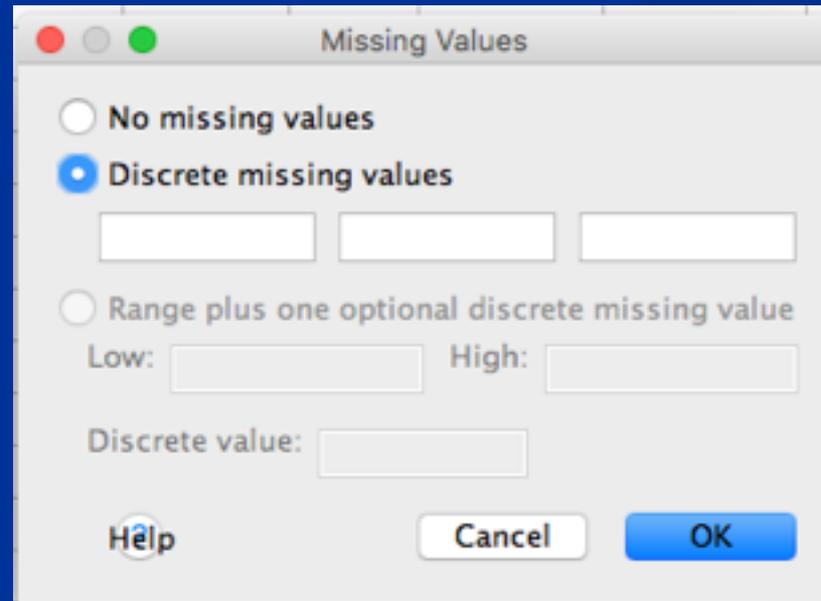
5. Working with missing values

The user-defined values that indicate data are missing for a variable (e.g., -99). Note that this does not affect or eliminate SPSS's default missing value code ("."). This column merely allows the user to specify alternative codes for missing values.

To set user-defined missing value codes, click inside the cell corresponding to the "Missing" column for that variable. A square button will appear; click on it.



The Missing Values window appears.



8. MEASURE: The level of measurement for the variable (e.g., nominal, ordinal, or scale).

To define a variable's measurement level, click inside the cell corresponding to the “Measure” column for that variable. Then click the drop-down arrow to select the level of measurement for that variable: Scale, Ordinal, or Nominal.



- It is vital that you correctly define each variable's measurement level.
- Incorrectly specifying measurement level can have unintended and potentially disastrous effects on your results.
- By default, variables with numeric responses are automatically detected as “Scale” variables.

مثلا السؤال المتعلق بالعمر (كم عمرك؟) كيف ستصنفه؟

الوزن: هناك من يطلق عليه السلم أيضا

النهاية	3	8	7	أرقام لتعيين اللاعبين	الإسمي
النهاية	المرتبة الأولى	المرتبة الثانية	المرتبة الثالثة	التصنيف الترتيبي للاعبين	الترتيبي
	9.6	9.1	8.2	الأداء مقيم على سلم من 0 إلى 10	المدرج
	13.4	14.1	15.2	الزمن حتى خط النهاية بالثانية	النسبي

التعريف (Description)

الترتيب (Order)

المسافة (Distance)

الأصل (Origin)

المقاييس الأساسية

أعلى مستوى
للقياس

المقياس النسبي

التسمية
+
ترتيب الكائن
+
الحفاظ على نفس
المسافة بين
الكائنات
+
ثبات مفهوم الصفر
الحقيقي في قياس
الكائن

المقياس الفتري

التسمية
+
ترتيب الكائن
+
الحفاظ على نفس
المسافة بين
الكائنات

المقياس الترتيبي

التسمية
+
ترتيب الكائن

المقياس الاسمي

الرقم هنا مجرد
تسمية للكائن

أخفض مستوى
للقياس

أمثلة عن أنواع المقاييس الأولية

نوع الاحصاء المسموح

استدلالي

كاي سكوير ،
اختبار بينوميال

الرانك أوردنر ،
الارتباط ، فريدمان
أنوفا

الارتباط ، اختبار تي ،
أنوفا ، الانحدار ،
تحليل العوامل

معامل الاختلاف

وصفي

النسب والنوال

المتينات
والوسيط

المدى ، المتوسط
الحسابي ،
الانحراف المعياري

المتوسط الحسابي
الجيومتريك
والهارموني

أمثلة تسويقية

رقم للعلامة ، نوع الخل ، الجنس
أو النوع ، رقم بطاقة التأمين

التفضيلات ، التصنيف ، الموقع
في السوق ، الطبقة الاجتماعية

المواقف ، الآراء

العمر ، الدخل ، التكلفة ،
المبيعات ، الحصص السوقية

إسمي (Nominal)

ترتيبى (Ordinal)

مدرج (Interval)

نسبة (Ratio)

9. ROLE: The role that a variable will play in your analyses (i.e., independent variable, dependent variable, both independent and dependent). Some options in SPSS allow you to pre-select variables for particular analyses based on their defined roles. **Click**

Input: The variable will be used as a predictor (independent variable). This is the default assignment for variables.

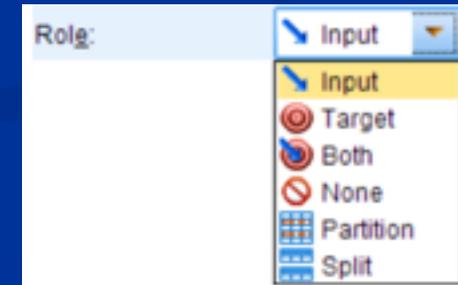
Target: The variable will be used as an outcome (dependent variable).

Both: The variable will be used as both a predictor and an outcome (independent and dependent variable).

None: The variable has no role assignment.

Partition: The variable will partition the data into separate samples.

Split: Used with the IBM® SPSS® Modeler (not IBM® SPSS® Statistics).



• شاشة العرض الخاصة بالمتغيرات (variable view) بعد ادخال البيانات التعريفية للأبعاد

SPSS Statistics File Edit View Data Transform Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window

Table 15.1 Input.sav [DataSet2] - IBM SPSS Statistics Data Editor

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
1	number	Numeric	11	0	Respondent Nu...	None	None	8	Right	Nominal	Input
2	sex	Numeric	11	0	Sex	{1, Male}...	None	8	Right	Scale	Input
3	familiar	Numeric	11	0	Familiarity	{1, Very Unf...	9	8	Right	Scale	Input
4	iusage	Numeric	11	0	Internet Usage...	None	None	8	Right	Scale	Input
5	iattitude	Numeric	11	0	Attitude towar...	{1, Very Unf...	None	8	Right	Scale	Input
6	tattitude	Numeric	11	0	Attitude towar...	{1, Very Unf...	None	8	Right	Scale	Input
7	ishopping	Numeric	11	0	Internet Shopp...	{1, Yes}...	None	8	Right	Scale	Input
8	ibanking	Numeric	11	0	Internet Banking	{1, Yes}...	None	8	Right	Scale	Input
9	iusagegr	Numeric	8	2	Internet Usage...	{1.00, Light...	None	8	Right	Scale	Input
10											
11											
12											
13											
14	iusagegr	numeric	8	2	Internet usage...	{1.00, Light...	None	8	Right	Scale	Input
15	ibanking	numeric	11	0	Internet banking	{1, Yes}...	None	8	Right	Scale	Input
16	ishopping	numeric	11	0	Internet shopp...	{1, Yes}...	None	8	Right	Scale	Input

• شاشة العرض الخاصة بالبيانات (data view) بعد ادخال البيانات التعريفية للأبعاد

SPSS Statistics File Edit View Data Transform Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window

Table 15.1 Input.sav [DataSet2] - IBM SPSS Statistics Data Editor

	number	sex	familiar	iusage	iattitude	tattitude	ishopping	ibanking	iusagegr	var	var	var
1	1	1	7	14	7	6	1	1	2.00			
2	2	2	2	2	3	3	2	2	1.00			
3	3	2	3	3	4	3	1	2	1.00			
4	4	2	3	3	7	5	1	2	1.00			
5	5	1	7	13	7	7	1	1	2.00			
6	6	2	4	6	5	4	1	2	2.00			
7	7	2	2	2	4	5	2	2	1.00			
8	8	2	3	6	5	4	2	2	2.00			
9	9	2	3	6	6	4	1	2	2.00			
10	10	1	9	15	7	6	1	2	2.00			
11	11	2	4	3	4	3	2	2	1.00			
12	12	2	5	4	6	4	2	2	1.00			
13	13	1	6	9	6	5	2	1	2.00			
14	14	1	6	8	3	2	2	2	2.00			
15	15	1	6	5	5	4	1	2	1.00			
J2	J2	J	e	2	2	4	J	5	J'00			
J4	J4	J	e	8	3	5	5	5	5'00			
J3	J3	J	e	8	e	2	5	J	5'00			
J5	J5	5	2	4	e	4	5	5	J'00			



SPSS Data File



SAS Data File

TABLE 14.1

Restaurant Preference

Id	Preference	Quality	Quantity	Value	Service	Income
1	2	2	3	1	3	6
2	6	5	6	5	7	2
3	4	4	3	4	5	3
4	1	2	1	1	2	5
5	7	6	6	5	4	1
6	5	4	4	5	4	3
7	2	2	3	2	3	5
8	3	3	4	2	3	4
9	7	6	7	6	5	2
10	2	3	2	2	2	5
11	2	3	2	1	3	6
12	6	6	6	6	7	2
13	4	4	3	3	4	3
14	1	1	3	1	2	4
15	7	7	5	5	4	2
16	5	5	4	5	5	3
17	2	3	1	2	3	4
18	4	4	3	3	3	3
19	7	5	5	7	5	5
20	3	2	2	3	3	3

In order to discuss the different items which are important during the input of data, the following simple example is used here. Suppose the user would like to input the following table into SPSS:

Table 1.1

<i>Name</i>	<i>Gender</i>	<i>Height (cm)</i>	<i>Weight (kg)</i>
Joseph	1	180	75
Caitlin	0	165	67
Charles	1	175	80
Catherine	0	170	70
Peter	1	185	75

There are two methods which may be used to input this data into SPSS: **they may be either typed in directly or imported from another application program.**

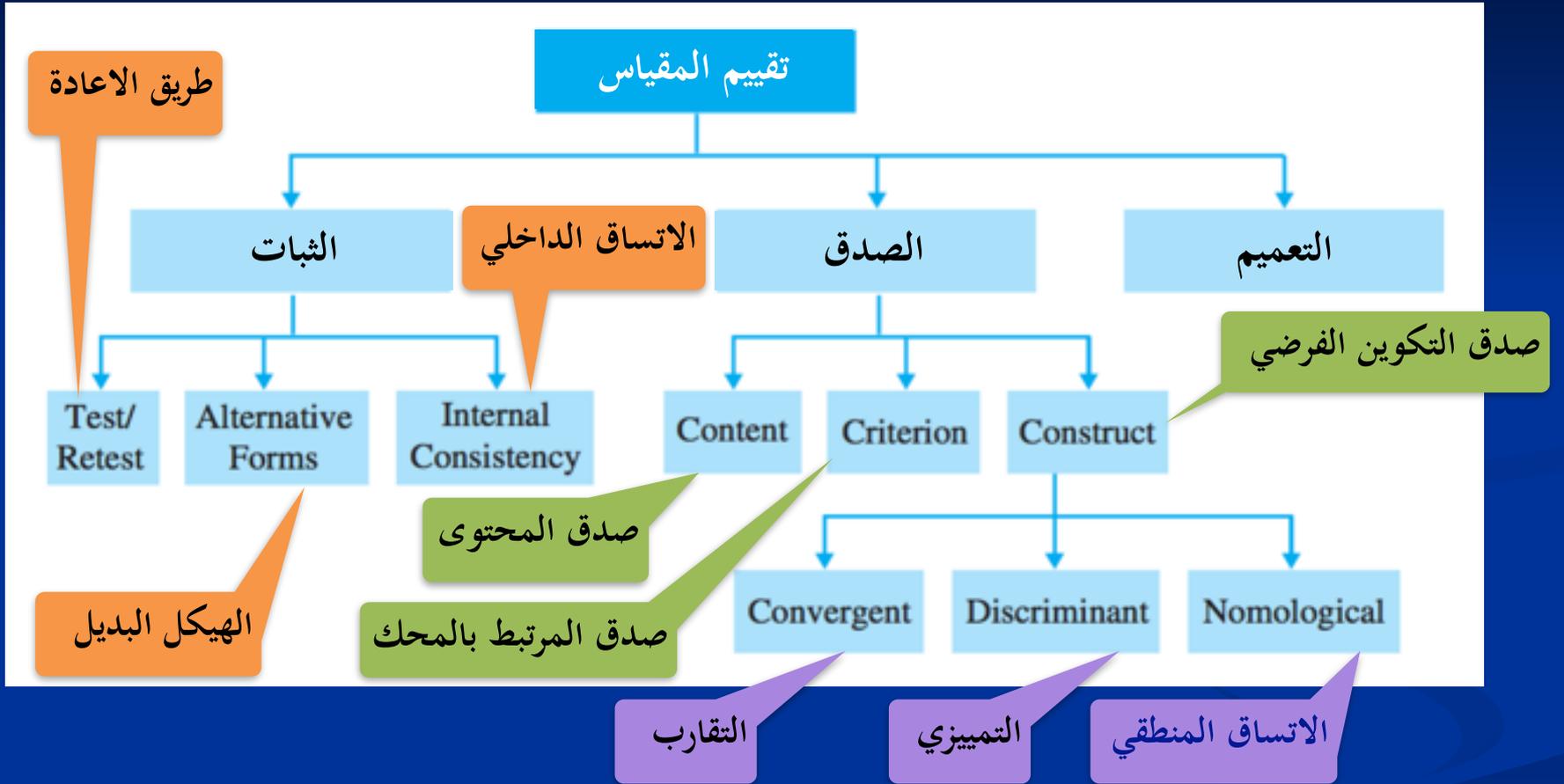
حل المثال تطبيقي

SPSS Statistics File Edit View Data Transform Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window Help

BMI .sav [DataSet1] - IBM SPSS Statistics Data Editor

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
1	Name	String	9	0		None	None	8	Left	Nominal	Input
2	Gender	Numeric	8	2		{,00, femal...	None	8	Right	Nominal	Input
3	Height	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Scale	Input
4	Weight	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Scale	Input
5											
6											
7											
8											
9											
10											

10											
9	Height	String	8	5		None	None	15	Right	Scale	Input
8	Weight	String	8	5		{,00, femal...	None	8	Right	Scale	Input
7	Gender	String	8	5		{,00, femal...	None	8	Right	Scale	Input
6	Name	String	8	5		{,00, femal...	None	8	Right	Scale	Input



تقييم سلم القياس

يجب تقييم المقياس متعدد العبارات للتأكد من دقته وقابليته للتطبيق. كما هو مبين في الشكل المقابل ، فهذا يتطلب تقييمه من حيث الثبات والمصدقية والتعميم. يمكن فهم كل من الثبات والمصدقية من خلال أنواع أخطاء القياس، كالأخطاء النظامية والعشوائية.

الخطأ في القياس: تمثل الاختلاف في المعلومات بين التي طلبها الباحث والمعلومات الناتجة عن عملية القياس المستخدمة.

الخطأ النظامي:

هو خطأ يؤثر على القياس بطريقة ثابتة ؛ عبارة عن العوامل الثابتة التي تؤثر على النتيجة المرصودة بنفس الطريقة في كل مرة يتم فيها القياس. من أمثلة الأخطاء النظامية العوامل الميكانيكية مثل الطباعة الضعيفة ، واكتظاظ العناصر في الاستبيان ، والتصميم السيئ.

الخطأ عشوائي:

هو خطأ في القياس ينشأ من التغييرات أو الاختلافات العشوائية في المجيبين أو وضعيات القياس. من أمثلة الخطأ العشوائي عوامل شخصية مثل الصحة والعواطف والتعب. يعد التمييز بين الخطأ النظامي والخطأ العشوائي أمراً ضرورياً لفهم الثبات والمصدقية.

الثبات: يشير إلى أي مدى ينتج المقياس نتائج متسقة إذا تم إجراء قياسات متكررة. يمكن تعريف الثبات على أنه المدى الذي يكون فيه المقياس خالياً من الأخطاء العشوائية. يتم ذلك عن طريق حساب الارتباط بين النتائج التي يتم الحصول عليها من خلال التوزيعات المختلفة للاستبيانات. إذا كانت الارتباطات عالية، فإن المقياس ينتج عنه نتائج ثابتة وبالتالي يمكن الاعتماد عليه، مثال: **كرونباخ ألفا** (أكبر من 0.6).

صدق المقياس: يمكن تعريفه على أنه المدى الذي تعكس فيه الاختلافات بين درجات المقياس الملاحظة، الاختلافات الحقيقية بين الكائنات على الخاصية التي يراد قياسها عوضاً عن الخطأ المنهجي أو العشوائي. يتطلب الصدق الكامل عدم وجود أي خطأ في القياس سواء كان خطأ منتظماً أو عشوائياً، مثال:

صدق المحتوى: يُسمى أحياناً بالصدق الظاهري (الوجه)، هو تقييم شخصي ولكن منتظم لمدى تمثيل محتوى المقياس لمهمة القياس التي بين أيدينا. (يقوم الباحث أو شخص آخر بفحص ما إذا كانت عبارات المقياس تغطي بشكل كامل جميع جوانب المكون (construct) الذي يجري قياسه).

التعميم: يشير إلى مدى إمكانية التعميم من خلال الملاحظات التي هي في متناول أيدينا إلى العالم الكلي للتعميمات مثال: **التعميم مرتبط بحجم العينة وسحبها.**

قم بتطبيق المعارف التي تعلمتها والمتعلقة بتعريف المتغيرات لبرنامج (SPSS) على صحيفه الاستبيان التالية:

استبيان لقياس جودة المحاضرة الجامعية من وجهة نظر المستفيد

تحية طيبة وبعد،
تسعى هذه الدراسة لقياس مستوى جودة المحاضرات المقدمة في مؤسسات التعليم العالي، ومدى تأثير تلك في رضا الطلبة، وعليه نطلب منكم المساعدة في الجاه هذا العمل من خلال التكرم ببعض من وقتك وجزء هذه الأسئلة، ونعتز بكم طمأن جميع المعلومات المقدمة مستعملين لغرض البحث العلمي فقط كما أن الاستبيان لا يشمل على معلومات تعرف بخصوصك، في الأخير نعلموا فتح الإجابات والتعليق على استبيانكم شكراً جزيلاً مسبقاً

المحور الأول: بعد النموذج (أرجوا ان توشروا بحالة (0) في العنقدة المتناسبة

ان تختار رقم الرقم (7) يعني انك توافقون تماما على ما جاء في العنقدة، بينما تختار الرقم (1) يعني انك لا توافقون تماما على ما جاء في العنقدة، لذا نعتبر باقي الأرقام فبعض أن الموافقة تتكبر من بين.

7	6	5	4	3	2	1	
<input type="radio"/>	01 ملاكتي بالمحاضر طيبة						
<input type="radio"/>	02 لا يميز المحاضر بين الطلبة						
<input type="radio"/>	03 التواصل مع المحاضر بسهولة						
<input type="radio"/>	04 المحاضر متعاون مع الطلبة						
<input type="radio"/>	05 في هذه المادة تعلمت الكثير						
<input type="radio"/>	06 لم أرى ثبات هذه المادة معلومة وجيدة بالأقسام						
<input type="radio"/>	07 قد كانت مفردات هذه المادة مطابقة للواقع فيها						
<input type="radio"/>	08 المراجع المستخدمة في هذه المادة جيدة						
<input type="radio"/>	09 منهجية عرض المادة متقنة						
<input type="radio"/>	10 أنا لا أحب هذه المادة						
<input type="radio"/>	11 يامر المحاضر الوقت بكفاءة						
<input type="radio"/>	12 يخدم المحاضر المعارف بطريقة جيدة للتطوير الذاتي						
<input type="radio"/>	13 للمحاضر القدرة على طرح مختلف المفاهيم بطريقة واضحة وبسيطة						
<input type="radio"/>	14 يستخدم المحاضر بفاعلية الأمثلة والإيضاحات في تعليماته						
<input type="radio"/>	15 يتوجه المحاضر في عرض الموضوع بطريقة متدرجة للأقسام						
<input type="radio"/>	16 يخدم المحاضر منظوماته بكفاءة						
<input type="radio"/>	17 يتحدث المحاضر بكلام واضح						
<input type="radio"/>	19 توفر أساليب التدريس على أجهزة ذات معلومة						
<input type="radio"/>	20 المفاصل والمفاتيح مريحة						
<input type="radio"/>	21 يتوافق أداء المحاضر مع وظيفة						
<input type="radio"/>	22 تمكن التدريس نظريون الجيوب المعقدة لتمام المحاضرة						
<input type="radio"/>	23 المحاضر ذو أخلاق طيبة						
<input type="radio"/>	24 المحاضر واثق						
<input type="radio"/>	25 المحاضر متواضع						
<input type="radio"/>	26 يحترم المحاضر جميع الأعمار						
<input type="radio"/>	27 يامر المحاضر روح الفداء بين الطلبة						
<input type="radio"/>	28 يتوجه المحاضر في طرح الأسئلة الهادفة						
<input type="radio"/>	29 بشكل عام، أنا راض على تجربتي مع هذه المحاضرة						
<input type="radio"/>	30 بشكل عام، هذه المحاضرة ذات جودة						

المحور الثاني: المعلومات الشخصية أرجوا ان توشروا بحالة (0) في العنقدة المتناسبة التي يليها

الجنس: [] ذكر [] أنثى [] غير متأكد | العمر: [] | المستوى العلمي: [] | التخصص: [] | رقم الهاتف: [] | البريد الإلكتروني: [] | اسم العنقدة: [] | رقم الاستبيان: [] |

نهاية الدرس الاول



IBM® SPSS® Statistics

Version 20

Licensed Materials - Property of IBM Corp. © Copyright IBM Corporation and its licensors 1989, 2011. IBM, IBM logo, ibm.com, and SPSS are trademarks or registered trademarks of International Business Machines Corp., registered in many jurisdictions worldwide. A current list of IBM trademarks is available on the Web at www.ibm.com/legal/copytrade.shtml. Java and all Java-based trademarks and logos are trademarks or registered trademarks of Oracle and/or its affiliates. Other product and service names might be trademarks of IBM or other companies. This Program is licensed under the terms of the license agreement accompanying the Program. This license agreement may be either located in a Program directory folder or library identified as License or Non_IBM_License, if applicable, or provided as a printed license agreement. Please read the agreement carefully before using the Program. By using the Program you agree to these terms.

Release 20.0.0



000000 20.0.0

