

الملخص

2012 وصيلة الحزم بالتسويق الأكاديمي على الطالب في كلية علم النفس جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج
محمد جوهر الفكري

مقال كلية علم النفس في جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج

المشرف : رطونا ماغيستوتي الماجستير

كلمات البحث: الحزم والتسويق الأكاديمي.

التسويق الأكاديمية هي ظاهرة التي تحدث بين كثير من الطلاب. وأكثر الطلاب يتأخرون عمل عديدهم ويما طولون وقتهم في انتهاء دراستهم. ظاهرة التسويق الأكاديمي تحدث أيضا على الطالب في جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج استنادا على بيانات من قسم الأكاديمي للكلية علم النفس جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج بتاريخ 27 ديسمبر 2011 وهناك يكونون تسع عشرة طالبا من فئة 2005، سبع وعشرون طالبا من فئة 2006، وثمانية وتسعون طالبا من فئة 2007 الذي ينبغي أن تكون قادرة على انتهاء مقالهم. فهذه الحقيقة توضح أن معظم الطلاب في علم النفس تفعل التسويق الأكاديمية.

وزعم على أن ظاهرة التسويق التي تحدث على الطلاب في الجامعة الإسلامية مولانا مالك إبراهيم مالانج مرتبطة مستوى الحزم الشخصي. وقيل شخص ما إذا كان قادرا على اقامة حقوق الشخصية عن طريق التعبير عن الأفكار والمشاعر والمعتقدات التي توجد فيه بطريقة مباشرة من خلال التعبير اللفظي الذي هو بطريقة عادلة ومريحة دون تجاهل حقوق الآخر. واما غير حزم فعكس ذلك. وهذا يعني أن الطلاب في جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج الذين يؤدون التسويق هو طلاب غير قابلة للحزم أو مستوى حزمه منخفض.

تهدف هذه البحوث إلى معرفة ما هل تكون هناك علاقة بين الحزم مع التسويق الذي يفعل الطلاب من كلية علم النفس جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج. تفعل الدراسة على طلاب كلية علم النفس جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج بجملة عينة من عشرة ومنتين شملهم الاستطلاع. وأخذت عينية عن طريقة أسلوب العينة العشوائية، وحين تحليل درجة الارتباط بين المتغيرات باستخدام تقنية المنتج لحظة الارتباط.

استنادا إلى نتائج البحوث تنال أن مستوى الحزم كانت معظم المجيبين في المستوى المتوسط هو بقدر تسع واربعين و اثنتين وخمسين بينما المجيبين مستويات الحزمة المنخفضة والعالية على التوالي بكبراء خمس عشرة، إحدى وسبعون حلوانا و اربع وثلاثون، وست وسبعون حلوانا وكان مجمع المجيبين على مستوى عال من التسويق هو بقدر اثنين واربعين، وثمانية وثلاثين حلوانا بينما المجيبين تسويقهم في مستوى منخفض من سبع وعشرين، واثنتين وستين حلوانا والمعتدلة بنسبة ثلاثون حلوانا. أظهرت النتائج وجود علاقة كبيرة بين مستوى الحزم مع التسويق من صفر، اربعون وخمسون وخمس مئة. العلاقات هي ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة خمس وتسعون حلوانا شكلت المتغيرات حزم كبراء ثلاثون، وسبع حلوان على مستوى التسويق. في حين تسع وستون، و ثلاثة حلوان من مستوى الطلاب من التسويق تفسير المتغيرات الأخرى. وبالتالي يتم قبول الفرضية.