

دراسات نقدية

أعداد: ريما حمودي

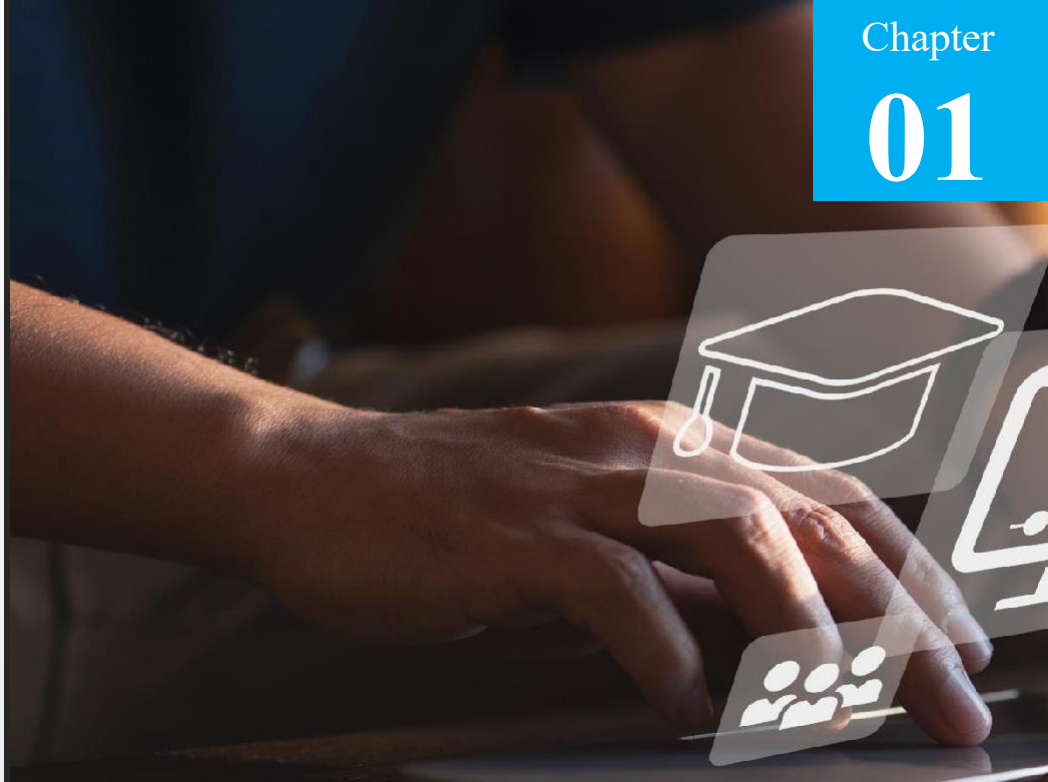


المهمة التاسعة

النقد العلمي لرسالة الماجستير: "تأثير التسويق الرقمي في تشكيل السلوك الاستهلاكي لدى الأطفال"

Chapter

01



يهدف هذا الواجب إلى تطبيق منهجيات النقد العلمي على رسالة الماجستير الخاصة بي، من خلال تحليل جميع مكوناتها وفق معايير البحث الأكاديمي الرصين، وتحديد مواطن القوة والضعف فيها. يتضمن النقد مراجعة العنوان، الملخص، المقدمة، الدراسات السابقة، الإطار النظري، المنهجية، التحليل الإحصائي، والخاتمة، مع تقديم مقترحات عملية للتحسين. يركز هذا التقييم على مدى التزام الرسالة بالأسلوب العلمي المحكم، ويستند إلى مبادئ وضوابط البحث العلمي المعتمد في الدراسات العليا، بهدف تطوير العمل البحثي وتعزيز جودته ومصداقيته.

نقد عملي

أولاً: العنوان

النقد:

نقاط القوة: العنوان واضح، يحدد المتغير المستقل (التسويق الرقمي) والمتغير التابع (السلوك الاستهلاكي للأطفال)، ويعبر عن موضوع الرسالة بدقة.

نقاط الضعف: ينقصه تحديد الإطار الزمني أو الجغرافي (مثال: "في المملكة العربية السعودية") لزيادة التحديد العلمي.
المقترح للتحسين: صياغة العنوان مثلاً: "تأثير التسويق الرقمي في تشكيل السلوك الاستهلاكي لدى الأطفال في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية"

ثانياً: الملخص

النقد: نقاط القوة: يلخص بوضوح الأهداف والمنهج والنتائج والتوصيات.

نقاط الضعف: بعض الجمل طويلة ومركبة، مما يقلل من وضوح الأفكار، كما أن الملخص لم يُقسم إلى عناصر منهجية (هدف، منهجية، نتائج، توصيات) بشكل صريح.

المقترح للتحسين: إعادة صياغة الملخص بأسلوب أكثر تنظيماً، مع تقسيمه إلى فقرات قصيرة، وإضافة بيانات إحصائية رئيسية لدعم النتائج

ثالثاً: المقدمة

النقد:

نقاط القوة: تحتوي على خلفية نظرية جيدة وترتبط بين التطورات التقنية والتسويق الرقمي وتأثيره على الأطفال.

نقاط الضعف: طول المقدمة جعلها تضم تفاصيل يمكن نقلها إلى الإطار النظري

المقترح للتحسين: اختصار المقدمة لتكون مدخلاً تمهيدياً، مع نقل التفاصيل إلى الإطار المعرفي، وتوحيد طريقة التوثيق.

نقد علمي

رابعًا: الدراسات السابقة

النقد: نقاط القوة: تغطي دراسات عربية وأجنبية متنوعة، مما يثري الخلفية العلمية.
نقاط الضعف: غياب التحليل النقدي العميق لكل دراسة على حدة (بيان نقاط القوة، أوجه القصور، وأوجه الاختلاف مع الدراسة الحالية)، والاكتفاء بالوصف

المقترح للتحسين : إضافة جدول مقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية من حيث الأهداف، المنهج، العينة، والأدوات، مع إبراز الفجوة البحثية

خامسًا: مشكلة الدراسة وأهميتها

النقد: نقاط القوة: صياغة المشكلة واضحة وتبرز أهمية الموضوع.

نقاط الضعف: هناك تداخل بين مشكلة الدراسة والأهمية؛ حيث أعيدت بعض الأفكار نفسها، كما لم تُصغ المشكلة في شكل فقرة مركزة أو سؤال بحثي صريح.

المقترح للتحسين: صياغة المشكلة في فقرة مختصرة تبرز الفجوة البحثية، مع تحديدها بسؤال رئيسي واحد وأسئلة فرعية.

نقد علمي

سادساً: الأهداف والتساؤلات

النقد: نقاط القوة: الأهداف والتساؤلات مرتبطة بالموضوع ومترابطة.

نقاط الضعف: بعض الأهداف صيغت بصيغة عامة، وكان يمكن أن تكون أكثر تحديداً وقابلة للقياس.

المقترح للتحسين : إعادة صياغة الأهداف بصيغة محددة، قابلة للقياس، قابلة للتحقيق، واقعية، محددة زمنياً

سابعاً: الإطار النظري

النقد: نقاط القوة: يغطي المفاهيم الأساسية للتسويق الرقمي والسلوك الاستهلاكي للأطفال وأخلاقيات الإعلان.

نقاط الضعف: بعض الفقرات وصفية بدون تحليل أو نقد للمفاهيم، كما أن بعض الاقتباسات لم توثق بأسلوب أكاديمي صحيح.

المقترح للتحسين : إضافة تحليل نقدي للنظريات وربطها مباشرة بموضوع الدراسة، وتدعيمها بأحدث المراجع.

ثامناً: المنهجية

النقد:

نقاط القوة: أوضحت الأداة، الصدق والثبات، والعينة.

نقاط الضعف: لم تذكر طريقة اختيار العينة بتفصيل كافٍ (هل هي عشوائية بسيطة أم طبقية؟)، ولا مبررات حجم العينة.

المقترح: إضافة تبرير علمي لحجم العينة ونوع الاختيار

نقد علمي

تاسعًا: التحليل الإحصائي
النقد:

نقاط القوة: عرض النتائج بالأرقام والجداول.
نقاط الضعف: التحليل الإحصائي ركز على الوصف أكثر من التفسير العميق، مع ضعف الربط بين النتائج والأدبيات السابقة.
المقترح للتحسين: تعزيز مناقشة النتائج من خلال مقارنة تفصيلية مع الدراسات السابقة، وبيان الأسباب المحتملة للفروق أو التشابه.

عاشرًا: الخاتمة والتوصيات
النقد:

نقاط القوة: تضمنت ملخصًا للنتائج وتوصيات عملية.
نقاط الضعف: بعض التوصيات عامة وغير مرتبطة مباشرة بالنتائج، كما لم يتم ذكر قيود الدراسة أو مقترحات لأبحاث مستقبلية.
لمقترح للتحسين: إضافة فقرة "حدود الدراسة" لتوضيح القيود، وتحديد توصيات بحثية مستقبلية أكثر تحديدًا.

المراجع

سم الباحثة: ريماء حسن حمودي

عنوان البحث: "تأثير التسويق الرقمي في تشكيل السلوك الاستهلاكي لدى الأطفال"

سنة النشر: 2024

المجلة: المجلة العربية للنشر العلمي

التوثيق: حمودي، ر. ح. (2024، أيار). تأثير التسويق الرقمي في تشكيل السلوك الاستهلاكي لدى الأطفال. المجلة العربية للنشر العلمي، (67)،

315-292

الرابط :

search.mandumah.com/Record/1547630?utm



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

