

دراسات نقدية 2
المهمه العاشرة
نورة مبارك البقمي
اشراف أ. د/ أشرف الفندي



أثر استخدام أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء لدى
طلاب الجامعات الخاصة في عمان

**The Impact of Using Digital Marketing Tools on Purchasing
Behavior of Private Universities Students in –Amman–**

إعداد

خالد إبراهيم الحنيطي

إشراف

الدكتور سمير موسى الجبالي

قدمت هذه الرسالة إستكمالاً لمتطلبات للحصول على درجة الماجستير

في إدارة الأعمال

قسم إدارة الأعمال

كلية الأعمال

جامعة الشرق الأوسط

كانون ثاني، 2022

اتبع الباحث في توثيق المراجع أسلوب **APA**

- لم يلتزم الباحث بالتنسيق الصحيح داخل النص وقائمة المراجع (لم تحدد أرقام الصفحات في المتن)
- قسمت المراجع إلى مراجع عربية (5 فقط)
- لم تكتب المراجع العربية بشكل صحيح (نطاق صفحات البحث غير موجود، اسم المجلة دون ذكر المؤسسة التابعة لها) مثال ص 84، أبو جليل والزيادات (اين باقي الاسم، بيانات المجلة لا يوجد جهة ولا رقم مجلد ولا عدد ولا نطاق صفحات)
- المراجع الأجنبية: (31 مرجع) وجاءت معظمها أبحاث منشورة وبها بيانات غير كاملة

نلاحظ في مراجع الرسالة الحالية بأنها غير كافية وغير متنوعة تفتقر إلى الكتب ، والتقارير والرسائل العلمية لذا هناك تقصير في الجانب النظري لم يغطي البحث لم يتم الربط بين المراجع ولم يراعي التسلسل الزمني للمراجع داخل متن البحث.

- وقدم بعض المراجع مثال

- Wells, W. D., & Lo Sciuto, L. A. (1966). Direct observation of purchasing behavior. *Journal of Marketing Research*, 3(3), 227-233

Thank you

