

الاسم	الرقم الجامعي	المادة	العام
نواف تركي المريبط	232000733	مهارات بحثية ٢	2024م

مهارات بحثية ٢

التكليف الثالث

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق
الخدمات

-

تسويق المنتجات التقليدية والحرفية في ظل
حماية الملكية الفكرية



أساليب وصياغة عرض الدراسات السابقة

الطريقة الأولى: العرض التلخيصي التحليلي



في هذه الطريقة يتم عرض الدراسات السابقة من خلال تقديم تلخيص مختصر لكل دراسة مع تحليل وتقييم النتائج التي توصلت إليها. الهدف هو تقديم رؤية عامة حول الأبحاث السابقة من خلال تحديد النتائج المهمة والدروس المستفادة من كل دراسة. تتميز هذه الطريقة بتركيزها على النقاط الجوهرية لكل بحث، دون الدخول في تفاصيل كبيرة، مما يسهل على القارئ فهم النقاط الرئيسية بشكل مباشر.

مثال توضيحي

تناولت العديد من الدراسات أهمية حماية الملكية الفكرية في تسويق المنتجات التقليدية والحرفية، حيث تسلط إحدى الدراسات الضوء على كيفية تأثير حماية التصميمات والعلامات التجارية والأنماط الحرفية على الحد من المنافسة غير المشروعة. تشير الدراسة إلى أن نظام الملكية الفكرية يوفر أداة فعالة للحفاظ على الإبداع وضمان حقوق الحرفيين والمبدعين في الأسواق المحلية والدولية. من خلال تطبيق قوانين الملكية الفكرية، يمكن تقليل التهديدات التي تواجهها الصناعات التقليدية مثل التقليد والاستحواذ غير القانوني على الأفكار والمنتجات.



تحلل الدراسة أيضا الآثار الاجتماعية والاقتصادية لحماية الملكية الفكرية، حيث تشير إلى أن الحفاظ على حقوق الحرفيين يساهم في تعزيز الثقافة المحلية وحمايتها من التشويه. إضافة إلى ذلك، تعزز حماية الملكية الفكرية القدرة التنافسية للمنتجات الحرفية في الأسواق العالمية، مما يساعد على دعم الاقتصاد المحلي وزيادة الدخل.

التحليل النقدي

من خلال هذه الدراسة، يتضح أن النظام القانوني يلعب دوراً رئيسياً في دعم وتسويق المنتجات الحرفية، إلا أن التحدي الأكبر يكمن في تنفيذ القوانين بشكل فعال وفرضها على جميع الأطراف المعنية. يعزز التحليل الحاجة إلى تطوير تشريعات أقوى لزيادة الحماية وتقليل الفجوات القانونية التي يمكن أن تستغلها بعض الأطراف في تقليد المنتجات.

أساليب وصياغة عرض الدراسات السابقة

الطريقة الثانية: العرض التفصيلي الموضوعي



في هذه الطريقة، يتم تقسيم الدراسات السابقة إلى محاور أو مواضيع رئيسية تتعلق بمشكلة البحث. كل محور يتم تقديمه بشكل مفصل مع دراسة عدد من الأبحاث السابقة التي تناولت هذا المحور من زوايا متعددة. هذا الأسلوب يعطي القارئ فهماً شاملاً لموضوع البحث وكيفية ارتباط الدراسات السابقة به، ويعزز من إدراك القارئ للمفاهيم الأساسية المتعلقة بالبحث.

المحور الأول: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق الخدمات

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر من الأدوات الحديثة التي أحدثت ثورة في مجال التسويق الخدمي. تشير العديد من الدراسات إلى أن هذه الوسائل تتيح للشركات التواصل مع جمهورها المستهدف بطرق مباشرة وأكثر تفاعلية. إحدى الدراسات قدمت تحليلاً لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز التسويق الخدمي لمؤسسة اتصالات الجزائر، حيث أوضحت أن الفيسبوك يلعب دوراً بارزاً في بناء العلاقات مع العملاء، وزيادة الوعي بالخدمات التي تقدمها الشركة. أوضحت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي تمكن الشركات من الاستجابة الفورية لاستفسارات العملاء وتعليقاتهم، مما يحسن تجربة العميل ويزيد من رضاه عن الخدمة.

كما تطرقت الدراسة إلى أهمية قياس تأثير هذه الوسائل من خلال الإحصائيات المتعلقة بتفاعل المستخدمين مع الصفحات التجارية، وخلصت إلى أن هناك علاقة إيجابية بين التفاعل الرقمي وزيادة الوعي بالخدمات. أحد التحديات التي تم تسليط الضوء عليها هو الحاجة إلى استراتيجيات تسويق متكاملة تركز على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال لتحقيق أفضل النتائج.

مثال توضيحي

المحور الثاني: حماية الملكية الفكرية وتأثيرها على تسويق المنتجات الحرفية

تناولت الدراسات المتعلقة بحماية الملكية الفكرية تسويق المنتجات التقليدية والحرفية في ظل قوانين الحماية. أشارت الدراسات إلى أن الملكية الفكرية تمثل حجر الزاوية في حماية المنتجات من التقليد، خاصة في الصناعات التي تعتمد بشكل كبير على التصميم والابتكار، مثل الحرف اليدوية. إحدى الدراسات أكدت أن المنتجات الحرفية تعتبر جزءًا من التراث الثقافي المحلي، وبالتالي فإن حمايتها لا تقتصر فقط على الأبعاد الاقتصادية بل تتعداها إلى حماية الهوية الثقافية.

أظهرت الدراسة أن التقليد غير المشروع للمنتجات الحرفية يؤدي إلى إلحاق ضرر كبير بالحرفيين المحليين، حيث يفقدون قدرتهم على المنافسة أمام المنتجات المقلدة التي تكون في الغالب أرخص سعرًا وأقل جودة. وبالتالي، فإن نظام الملكية الفكرية يلعب دورًا حاسمًا في توفير بيئة تنافسية عادلة، حيث يضمن حصول الحرفيين على حقوقهم ويمنحهم القدرة على الاستمرار في الابتكار والإنتاج.

مثال توضيحي

التحليل النقدي

من خلال تقسيم الدراسات إلى محاور موضوعية، يصبح من السهل فهم التأثير المتكامل لحماية الملكية الفكرية ووسائل التواصل الاجتماعي على عملية التسويق. هذه الطريقة تقدم تحليلاً معمقاً لكل عنصر من عناصر البحث، مما يساعد على بناء فهم شامل لموضوع الدراسة.

المراجع

جماعي, أ.ك. (2018). تسويق المنتجات التقليدية والحرفية في ظل حماية الملكية الفكرية. Retrieved from

file:///C:/Users/bg/Desktop/%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%82%D9%84%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B1%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%B8%D9%84-%D8%AD%D9%85%D8%A

لعياشة, ب. (2019). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق الخدمات. Retrieved from

file:///C:/Users/bg/Desktop/%D8%AF%D9%88%D8%B1%20%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%20%D9%81%D9%8A%20%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%20%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%A



Thank you

