

نقد رسالة بعنوان

اثر استخدام وسائل الذكاء الاصطناعي على تطوير التسويق
الرقمي (دراسة تطبيقية)

بيانات النشر:

دراسة منشورة في: المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية.

المجلد: 12 العدد : 4 السنة : 2021

اعداد الدكتور : إسماعيل محمد احمد حجاج

مقدمة من الطالب: فارس المزيني

عنوان الدراسة: لقد تم تحديد العنوان تحديداً دقيقاً حيث أضح في العنوان متغيرات الدراسة، وهي استخدام وسائل الذكاء الاصطناعي، تطوير التسويق الرقمي، ولم يتضح المكان ولا الجهات التي تطبق فيها الدراسة ، والعنوان ليس طويلاً، وقد أعطى العنوان فكرة واضحة عن موضوع الدراسة.

مقدمة الدراسة: تناول الباحث المقدمة من العام إلى الخاص ،حيث تحدث أولاً عن التقدم التكنولوجي والثورة الرقمية والذكاء الاصطناعي كأحد وسائل هذه الثورة واثره على التسويق الرقمي ، وكانت عباراته واضحة ليس فيها غموض ، وقد وضحت مجال المشكلة ، وأهمية القيام بها ،ولقد استند الباحث على نتائج بعد الدراسات السابقة التي تؤكد أهمية القيام بالدراسة .

مشكلة الدراسة: تتسم المشكلة بالحدثة والجدية نظراً لحديثه موضوع البحث ، ولقد صاغ الباحث مشكلة الدراسة صياغة جيدة، و عبر عنها بالعبارات، وحدد المشكلة في سؤال رئيسي وتفرع منه العديد من الاسئلة ،ولكن يؤخذ على الباحث انه لم يستدل على القرائن التي تدل على وجود المشكلة من خلال الدراسات السابقة وغيرها.

أسئلة الدراسة: إن أسئلة الدراسة محددة ودقيقة وهي مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بمشكلة الدراسة، ويرتبط كل سؤال بهدف من أهداف الدراسة وهي متناسقة مع أهداف الدراسة، وقد حددت الإطار العام لنتائج الدراسة.

أهداف الدراسة: تلخص الهدف الاساسي للدراسة في بيان اثر استخدام وسائل الذكاء الاصطناعي على تطوير التسويق الرقمي ، ولقد حدد الباحث الأهداف تحديداً دقيقاً ومباشراً، حيث كانت وثيقة الصلة بمشكلة الدراسة وتساؤلاتها، وهي قابلة للتحقيق.

أهمية الدراسة : تكمن أهمية الدراسة فيما سوف تقدمه من استفادة لبعض الجهات والاشخاص والمطورين في مجال التسويق الرقمي ،ولم يتم بتقسيم الاهمية الى اهمية نظرية واهمية تطبيقية ،ولم يشير الى بعض القرائن التي تدل على أهمية الدراسة .

منهج الدراسة : استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لملائمته لطبيعة موضوع الدراسة ،ومتناسباً مع أهداف الدراسة .

عينة الدراسة : لم يحدد الباحث عدد افراد العينة التي تم اختيارهم من العاملين بشركات الالبيان (المراعي ، جهينة ،لمار)ولم يحدد طريقة اختيارهم ، بل تم التعرف عليهم من خلال الجداول الاحصائية .

فروض الدراسة: صاغ الباحث الفروض بألفاظ بسيطة وعبارات سهلة ممكنة..، وتمثلت علاقة بين متغيرين (الذكاء الاصطناعي ، ابعاد التسويق الالكتروني) ، وهي قابلة للاختبار وتتمشى مع الاهداف ،والفروض خالية من التناقضات ، ويمكن اثبات صحته او بطلانه.

حدود الدراسة: حدد الباحث حدود الدراسة الموضوعية ،و المكانية والحدود الزمانية .
الإطار النظري: تناول الباحث الاطار النظري والدراسات السابقة في ثلاث محاور رئيسية ، (الذكاء الاصطناعي ،التسويق الرقمي ،استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي) وكان أسلوب الباحث جيد يتسم بالوضوح والبساطة، ومتربط الأفكار، وقد عرض جميع المعلومات النظرية المتعلقة بمشكلة الدراسة، وكان توثيقه جيد ولا يوجد أخطاء إملائية أو مطبعية في الإطار النظري.

الدراسات السابقة: قسم الباحث الدراسات السابقة في ثلاث محاور دراسات تتعلق (الذكاء الاصطناعي ،التسويق الرقمي ،استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي) ولقد تنوعت الدراسات السابقة ما بين دراسات عربية وأجنبية، وقام بعرض هذه الدراسات عرضاً جيداً وكان أسلوبه واحد ومنظم في عرض هذه الدراسات، كما تم التعليق على دراسات كل محور على حدة.

أداة الدراسة: لقد استخدمت الدراسة الاستبانة اداة لجمع البيانات وقد ذكر الباحث كيف قام ببناء الأداة وقد وصف محاور الاستبانة، وقد ذكر محاورها، وبهذا يكون الباحث قد وصف أداة الدراسة وصفاً مفصلاً وقد ذكر الإجراءات التي اتخذها لاختبار مدى صدق وثبات الأداة، وهذه الأداة تتناسب مع طبيعة مشكلة الدراسة والمنهج العلمي المستخدم في إجراءاتها، وهذه الأداة صالحة لأن تجيب على أسئلة الدراسة.

الأساليب الإحصائية: لقد حدد الباحث الاساليب الاحصائية المتبعة في الدراسة تحديداً جيداً ودقيقاً، وهذه الأساليب ملائمة وكافية لتفسير البيانات.

نتائج الدراسة: قام الباحث بعرض نتائج الدراسة وفق اسئلة الدراسة وفروضها ، وقد استخدم الباحث الجداول في عرض هذه النتائج، ولم يقوم الباحث بتفسير النتائج وربطها بنتائج الدراسات سابقة.

توصيات الدراسة: وضع الباحث عدد من التوصيات التي كانت مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بنتائج الدراسة، وهذه التوصيات محددة ودقيقة، وذات صلة بأسئلة البحث.

المراجع: وضع الباحث قائمة مراجع عربية وأجنبية، وكانت هذه المراجع كافية ،و لقد اتبع الباحث نظام واحد في كتابة المراجع، حيث قام بترتيب هذه المراجع ترتيباً أبجدياً.