

دراسات نقدية ٢

التكليف العاشر

أثر التسويق الحديث داخل المنشآت الإدارية في المملكة العربية السعودية

منى محمد المرواني

International Journal of
Financial, Administrative,
and Economic Sciences

(IJFAES)

Vol. (3), No. (8)



August 2024

المجلة الدولية للعلوم المالية
والإدارية والاقتصادية

الإصدار (3)، العدد (8)

المهمة العاشرة (المراجع): النقد يكون من خلال الاجابة على ما يلي على سبيل المثال لا الحصر

- تاريخ النشر: هل تحتوي المراجع على مصادر حديثة (آخر 5-10 سنوات)؟ يجب أن تكون معظم المراجع مرتبطة بالأبحاث الحديثة لتعكس التطورات الجديدة في المجال.
- تنوع المصادر: هل تحتوي الرسالة على مصادر قديمة وحديثة لتغطية تاريخ البحث بشكل شامل؟
- صلة المراجع بالموضوع: هل المراجع المستخدمة ذات صلة مباشرة بموضوع الدراسة وأهدافها؟ يجب أن يكون لكل مرجع علاقة واضحة بموضوع البحث.
- هل تم استخدام المراجع بشكل مناسب لدعم الحجج والنظريات المقدمة في الرسالة؟ يجب أن تكون الاستشهادات متصلة بشكل منطقي مع محتوى البحث.

المهمة العاشرة (المراجع): النقد يكون من خلال الاجابة على ما يلي على سبيل المثال لا الحصر

- تنسيق المراجع: هل تم توثيق المراجع وفقاً للمعايير الأكاديمية المعتمدة (مثل APA، MLA، Chicago)؟ يجب التأكد من أن المراجع تلتزم بالتنسيق الصحيح والمتسق في كل من النص وقائمة المراجع.
- الاقتباس المناسب: هل تم الاقتباس من المراجع بشكل دقيق وواضح؟ يجب أن تكون الاقتباسات متوافقة مع نصوص المراجع دون تحريف أو إساءة تفسير.
- عدد المراجع: هل عدد المراجع كافٍ لدعم البحث بشكل شامل؟ يجب أن يعكس عدد المراجع عمق البحث وتغطيته الجيدة لموضوع الدراسة.
- الربط بين المراجع: هل تم ربط المراجع ببعضها البعض لتوضيح الفجوات في الأدبيات؟ يجب أن يكون هناك تحليل نقدي للمراجع يوضح كيف تتكامل أو تتناقض مع بعضها البعض.
- استخدام المراجع الأجنبية: هل تضمنت الدراسة مراجع أجنبية موثوقة تعكس الأدبيات الدولية في المجال؟ يُفضل الاعتماد على المراجع الأجنبية في الأبحاث العلمية لضمان تنوع المصادر

المراجع

مراجع عربية

1. البرماوي، سامي (2016)، إدارة التسويق: الأسس والتطبيقات، القاهرة: دار النشر الجامعي.
2. الجعفري، نادر (2018)، أسس التسويق الرقمي، عمان: دار وائل للنشر.
3. الشريف، نادر (2021)، التسويق الاجتماعي في المؤسسات الإدارية: دراسة تطبيقية، بيروت: دار الفكر.
4. العلي، حسين (2017)، التسويق والإدارة الحديثة: من النظرية إلى التطبيق، الرياض: دار الكتاب العربي.
5. الحمادي، عبد الله (2019)، التسويق الاستراتيجي والتخطيط الإداري، الكويت: مكتبة الفلاح.
6. السعيد، أحمد (2020)، أساليب البحث العلمي في إدارة الأعمال، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
7. علي، فاطمة (2021)، إدارة التسويق في عصر الرقمية، دبي: دار الكتاب الحديث.
8. اليوسف، يوسف (2018)، تحليل البيانات التسويقية: مفاهيم وأدوات، أبو ظبي: دار النهضة.

المراجع الأجنبية

المراجع الأجنبية

1. Kotler, Philip (2017), Marketing Management, Pearson Education.
2. Armstrong, Gary (2020), Principles of Marketing, Pearson.
3. Holloway, John (2019)
Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice, Routledge.
4. Chaffey, Dave (2021), Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice, Pearson.
5. Baker, Michael (2018), Marketing Strategy and Management, Palgrave Macmillan.
6. "The Impact of Digital Marketing on Consumer Behavior", Smith, John (2021), Journal of Marketing Research, Sage Publications.
7. "Big Data Analytics in Marketing: A Review and Research Agenda", Brown, James (2020), Journal of Business Research, Elsevier.

8. "The Role of Social Media in Modern Marketing Strategies", Johnson, Emily (2022), International Journal of Marketing Studies, Canadian Center of Science and Education.
9. "Consumer Engagement in the Digital Age: Trends and Insights", Davis, Michael (2019), Journal of Interactive Marketing, Elsevier.

الأبحاث المنشورة:

1. "The Effectiveness of Digital Marketing Tools on Business Performance", Taylor, Robert (2019), Harvard Business School, Cambridge, MA.
2. "Adoption of Digital Marketing Strategies by SMEs", Wilson, Sarah (2020), London School of Economics, London.
3. "The Impact of Social Media Advertising on Consumer Purchase Decisions", Clark, Patricia (2021), Stanford Graduate School of Business, Stanford, CA.
4. "Data-Driven Marketing: Leveraging Big Data for Strategic Advantage", Mitchell, Andrew (2018), Wharton School of the University of Pennsylvania, Philadelphia, PA.

المواقع الإلكترونية:

1. Harvard Business Review, Smith, John (2022)
Title: "Trends in Digital Marketing"
Place: Harvard Business Review
2. Marketing Profs, Davis, Michael (2021)
Title: "Digital Marketing Strategies for 2021"
Place: MarketingProfs
3. HubSpot Blog, Brown, James (2020)
Title: "The Ultimate Guide to Digital Marketing"
Place: HubSpot



Thank You