

التكليف ١٠ دراسات نقدية ١

الباحث / محمد عبدالعزيز بنتن



عنوان البحث :

تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي
(دراسة ميدانية)

الرابط :

https://journals.ekb.eg/article_317507.html

مقدمة :

أهمية المراجع في البحث العلمي:

يعتبر للمراجع دورا أساسيا في تعزيز جودة البحث العلمي لأنها تسهم في دعم مصداقية المعلومات والأفكار التي تناولها الباحث كما تظهر اطلاعه على الدراسات السابقة وتنوعها وحدائتها وارتباطها بموضوع الدراسة . كما تساعد في بناء الاطار النظري والمنهجي للدراسة وتوضح تقدير الباحث واهتمامه بالملكية الفكرية من خلال التوثيق السليم للمصادر الموثوقة التي تم الاعتماد عليها وتساعد الباحث في تحديد الفجوة العلمية وتقديم إضافة علمية كما تسهم في تسهيل التحقق المفيد للباحثين والقراء وتعزز من مصداقية الأفكار والنتائج التي يقدمها الباحث .

١- حادثة المراجع :

اعتمدت الدراسة على من الدراسات الحديثة (نظرا لحدثة موضوع الدراسة) فمنها ما نشر بين عام ٢٠٢١ و ٢٠٢٣ وهذا يعكس مواكبة الباحثين للتطورات الحديثة في مجال الذكاء الاصطناعي وعلاقته بالتسويق الرقمي .

٢- تنوع المراجع :

تنوعت المراجع بين الدراسات العربية والأجنبية مما يعكس اطلاع الباحثين وشملت مجالات ذات علاقة بموضوع الدراسة مثل الاعلام والتسويق الرقمي والذكاء الاصطناعي . ويلاحظ قلتها في العدد خاصة الحديثة منها وقد يعود ذلك لحدثة موضوع الدراسة رغم سرعة وزيادة تطور تناوله من قبل الدراسات والأبحاث الحديثة .

٣- موثوقية المراجع وترتيبها :

الدراسات السابقة مأخوذة من مجلات علمية محكمة مثل : مجلة دراسات المعلومات والتكنولوجيا ، والمجلة المصرية لبحوث الاعلام .
وكان على الباحثين مراعاة ترتيب المراجع وفق التسلسل الزمني والتوثيق بشكل موحد واتباع معايير التوثيق في البحث العلمي مثل (APA)

٤- ارتباط المراجع بموضوع الدراسة :

جميع المراجع والدراسات السابقة مرتبطة ارتباطا مباشرا بموضوع الدراسة من جانب الذكاء الاصطناعي او التسويق الرقمي مما اثرى الجانب النظري وساهم في توضيح الفجوة البحثية وزاد من تقديم إضافة معرفية قيمة .

٥- معايير اختيار الدراسات والمصادر الثانوية :

لم يتم توضيح معايير اختيار الدراسات السابقة هل كان مراعيًا لحدثة النشر أم تصنيف المجلة أم مدى العلاقة بمحاور الدراسة .
كذلك لم تعتمد الدراسة على أي مصادر ثانوية خصوصًا من جانب التسويق الرقمي مثل (تقارير التسويق) لدعم عمليات التحليل .

٦- عدد المراجع :

يعتبر عدد المراجع قليل نسبيًا بالنسبة لحجم الدراسة .. في حين زيادة عدد المراجع يساهم بشكل كبير في اتساع المعرفة لدى الباحثين .

٧- الدراسات العربية والأجنبية :

اعتمدت الدراسة على الدراسات العربية بشكل اكبر والتي تكررت في الأفكار والمجالات والتي تناولت نفس الزاوية مما أدى أحيانا الى تكرار المحتوى بدلا من تنويعه ، وبالنسبة للدراسات الأجنبية كان الاعتماد عليها في بعض التعريفات والمفاهيم ولم يتم مناقشتها وتحليلها لربطها بشكل اكبر بموضوع الدراسة .

٨- الكتب في المراجع :

لم يتم الاستشهاد بأي كتاب متخصص في الذكاء الاصطناعي او التسويق الرقمي واهمية الكتب في المراجع انها تقدم أساس نظري متين وتغطي المفاهيم والمنهجيات بشكل أوسع .

٩- المراجع ومنهج الدراسة :

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي لكن لم يتم توضيح كيف اثرت الدراسات السابقة في اختيار هذا المنهج بوصفه المنهج الأنسب لطبيعة الدراسة .

١٠- ختاماً :

قدمت الدراسة توظيف جيداً للمراجع المرتبطة بموضوع الدراسة والتي اعتمد عليها الباحثين في ادبيات الدراسة من الدراسات السابقة والاطار النظري والمفاهيم الأساسية وكذلك الفجوة البحثية والتي ساهمت في الإضافة المعرفية القيمة ووجود الملاحظات السابقة لا يقلل من جهد الباحثين في تقديم هذه الدراسة العلمية القيمة ولكن تم ذكرها على سبيل التوضيح والفائدة للباحث .



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

