

MID OCEAN
UNIVERSITY

اسم الطالب: نواف تركي المريبط

الرقم الجامعي: 232000733

التخصص : دكتوراة

القسم : تسويق

اسم المادة: قضايا بحثية

العام: 2024

القدرات التسويقية كمتغير
وسيط في العلاقة بين قوة
إدارة التسويق وأداء البنوك
مدخل كمي

متغيرات الدراسة

المتغير المستقل
(Independent Variable)
قوة إدارة التسويق.

المتغير التابع
(Dependent Variable)
أداء البنوك.

المتغير الوسيط
(Mediating Variable)
القدرات التسويقية.

الجوانب الإيجابية لعنوان الدراسة

وضوح العلاقات: يشير العنوان بوضوح إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة، وكذلك وظيفة المتغير الوسيط.

تحديد المنهجية: يشير عنوان الدراسة إلى أنها تتبع منهجًا كمّيًا، مما يساعد القراء على فهم نوع التحليل المستخدم.

الطول: العنوان طويل جدًا، ولكن يمكن اختصاره دون فقدان أهميته.

الدقة: يمكن تحسين العنوان من خلال تحديد أنواع القدرات التسويقية أو البنوك المدرجة في البحث.

اللغة والمصطلحات: قد يتم تغيير اللغة لجعلها أكثر إثارة للاهتمام ولشرح مفاهيم مثل "قوة إدارة التسويق"، والتي قد يجدها البعض غير واضحة.

جاذبية مجال الدراسة

أهمية الموضوع: يعد البحث عن العلاقة بين مهارات التسويق وقوة إدارة التسويق وأداء البنك موضوعاً مهماً ومثيراً للاهتمام. تلعب البنوك دوراً مهماً في الاقتصاد، وقد يكون لزيادة أدائها آثار بعيدة المدى.

التطبيق العملي: قد تساعد النتائج المتوقعة لهذا البحث البنوك على تعزيز إستراتيجيتها التسويقية وإدارة التسويق من أجل تعزيز الأداء.

التوجه الكمي: يؤدي استخدام الأسلوب الكمي إلى تحسين موثوقية وموضوعية النتائج، مما يزيد من فائدة الدراسة للأكاديميين والممارسين.

التقييم النهائي للدراسة

وضوح العنوان: أن يكون العنوان واضحاً ويصف بشكل صحيح مضمون الدراسة.

دقة العنوان وتعريفه: تبسيط العبارات وتوضيحها قد يزيد من صحة وخصوصية العنوان.

جاذبية الموضوع: موضوع الدراسة مثير للاهتمام وذو صلة، مع تطبيقات عملية كبيرة في الصناعة المصرفية.

وفي الختام، فإن العنوان مقبول بشكل عام ويقدم منظورا واضحا لمضمون الدراسة، ولكن يمكن تعزيزه من خلال تبسيط وتوضيح عبارات محددة لتعزيز جاذبيته ودقته. إن موضوع البحث في حد ذاته رائع وله آثار مهمة على تعزيز الأداء المؤسسي المصرفي.



Thank you