

تكليف ٣ قضايا بحثية ٢

الباحث / محمد عبد العزيز بنتن



تقييم عنوان رسالة ماجستير :

التحديات التي تواجه المصممين الجرافيكين في تعزيز حملات التسويق الرقمي في السوق السعودي " " دراسة ميدانية

الرابط : من المكتبة الرقمي لجامعة ميد أوشن

<https://lib.midocean.ae/ar/research/3428>

أهمية اهداف وتساولات البحث:

تعد اهداف وتساولات البحث من الركائز الأساسية التي يقوم عليها أي بحث علمي رصين اذ تمثل البوصلة التي توجه الباحث نحو جمع البيانات وتحليلها بشكل منظم وممنهج فا لاهداف البحثية توضح ما يسعى الباحث لتحقيقه وتحدد بدقة نطاق الدراسة ومجالها بينما تساولات البحث تعمل كأداة استرشادية تساعد في استكشاف الظاهرة او المشكلة المطروحة وتحليل ابعادها المختلفة .

أولا اهداف البحث :

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف الدور الحيوي الذي يلعبه المصممون الجرافيكيون والتحديات التي تواجههم في تعزيز حملات التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية.

وينبثق من هذا الهدف، عدة أهداف فرعية أهمها:

- تحليل مهارات المصممين في إنتاج محتوى بصري جذاب ومؤثر، وكيف يمكن لهذه المهارات أن ترفع من فعالية الحملات التسويقية.
- تحديد العقبات العملية التي يمكن أن تقف في طريق المصممين أثناء تفاعلهم مع فرق التسويق الأخرى ورؤيتهم للأهداف التسويقية.
- اقتراح حلول مبتكرة للتغلب على هذه التحديات، مما يساهم في تعزيز التعاون بين المصممين وفرق التسويق، وتحقيق أهداف الشركات بفاعلية أكبر.
- أهمية الدراسة

نقد وتقييم اهداف البحث :

- صاغت الباحث اهداف الدراسة على شكل هدف عام وهو (استكشاف الدور الحيوي الذي يلعبه المصممون الجرافيكيون و التحديات التي تواجههم في تعزيز حملات التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية)
- وينبثق من هذا الهدف العام ثلاث اهداف فرعية :
- تحليل مهارات المصممين في انتاج محتوى بصري مؤثر
- تحديد العقبات العملية اثناء تفاعلهم مع فرق التسويق
- اقتراح حلول مبتكرة لتعزيز التعاون وتحقيق اهداف الشركات

الوضوح وقابلية القياس:

- الهدف العام للدراسة واضح والاهداف الفرعية اكثر تحديدا وتوجه البحث بشكل عملي
- الهدف الأول والثاني قابلان للقياس من خلال الاستبانة ام الثالث وهو (اقتراح حلول مبتكرة) فهو نتيجة تحليلية .

الارتباط بمشكلة الدراسة والاطار الزمني والمكاني :

- هناك ارتباط مباشر بين الأهداف ومشكلة الدراسة وخصوصا فيما يخص (التحديات التي تواجه المصممين)
- تم تحديد الأهداف في سياق المملكة العربية السعودية كأطار مكاني ولكن لم يتم تحديد الاطار الزمني بشكل مباشر .

ارتباط الأهداف بأسئلة الدراسة :

- الهدف الأول (تحليل المهارات) يرتبط مباشرة بالسؤال المتعلق بمهارات المصممين ودور التعليم .
- الهدف الثاني (تحديد العقبات العملية) يتقاطع مع أسئلة عن طبيعة التحديات التقنية والثقافية والتنظيمية
- الهدف الثالث (اقتراح حلول للتعاون) يعكس تساؤلات غير مباشرة حول كيفية التغلب على التحديات لكنه لم يصغ في شكل سؤال محدد .
- اقتراح تحسين : كان يمكن إضافة سؤال حول (آليات التعاون بين المصممين والمسوقين) وقد تم ذكر ذلك في اهداف الدراسة

ارتباط الأهداف بفرضيات الدراسة :

- الفرضية الرئيسية المذكورة بشكل مباشر وهي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحديات (التقنية ، الثقافية ، التنظيمية ، المالية) وفعالية الحملات التسويقية
- الهدف الأول والثاني يدعمان اختبار الفرضيات الأربع بوضوح .
- الهدف الثالث غير مدعوم بفرضية واضحة حيث لا توجد فرضية تتعلق ب التعاون بين المصممين والمسوقين .
- اقتراح تحسين
- بخصوص الهدف الثالث (اقتراح توصيات لتعزيز التعاون بين فريق التصميم والتسويق للمساهمة في رفع جودة الحملات التسويقية)

ثانياً تساؤلات البحث :

تساؤلات الدراسة

تهدف أسئلة الدراسة إلى استكشاف الأبعاد المختلفة والمتعددة للتحديات التي يواجهها المصممون الجرافيكون في سياق تعزيز فعالية حملات التسويق الرقمي. تتضمن الأسئلة الرئيسية المحورية ما يلي:

- هل تؤثر العوامل التقنية (مثل توفر الأجهزة والإنترنت) على فعالية الحملات التسويقية؟
- ما طبيعة التحديات التقنية التي يواجهها المصممون الجرافيكون عند تطوير محتوى تسويقي فعال ضمن البيئة الرقمية المتطورة؟
- كيف يمكن للمصممين الجرافيكين التكيف بفاعلية مع الاحتياجات المتغيرة والمتنوعة للمستهلكين في عصر الانتشار الرقمي المتسارع؟
- ما هو الدور الحيوي الذي يمكن أن يلعبه التعليم والتدريب المستمر في تعزيز كفاءة المصممين الجرافيكين لمواجهة هذه التحديات بشكل فعال؟

وتهدف هذه الأسئلة إلى تقديم فهم شامل ومعمق للمعوقات المختلفة والتحديات المماثلة وكيفية تجاوزها للاستفادة القصوى من مهارات المصممين في دعم استراتيجيات التسويق الرقمي بطرق أكثر ابتكاراً وإبداعاً.

نقد وتقييم أسئلة البحث :

- تم صياغة أسئلة البحث بوضوح وبوضوح ودقة
- يتضح الترابط بين أسئلة البحث ومشكلة البحث في جزئية (التحديات التي يواجهها المصممون في دعم التسويق الرقمي)
- أسئلة البحث متنوعة وشاملة لجميع العوامل المؤثرة وكذلك التكيف والمهارات المهنية للمصممين ولكنها اغفلت جانب من الأهداف وهو تحديات التعاون بين فرق التصميم والتسويق
- كما يمكن اختبار وقياس الأسئلة بسهولة وهذا ما تم معالجته في فرضيات البحث .
- في فرضيات البحث تم تناول العوامل (الثقافية والتنظيمية والمالية) ولا توجد أسئلة حول تلك العوامل

اقتراحات لتحسين أسئلة البحث

- تضمين أسئلة صريحة عن التحديات التنظيمية والثقافية والمالية المذكورة في فرضيات البحث
- كذلك تضمين سؤال مباشر حول اثر المهارات في تعزيز كفاءة المصممين لمواجهة التحديات
- وأيضا سؤال حول اليات التعاون بين المصممين وفرق التسويق وابرز معوقاتهما
- وعلى الرغم من الملاحظات المذكورة على تساؤلات البحث الا انها تمكنت من تسليط الضوء على جوانب مهمة ومحورية في مشكلة الدراسة لاسيما التحديات التقنية ودور المهارات المهنية والتدريب المستمر في تعزيز حملات التسويق الرقمي وقد وفرت الأسئلة أساسا جيدا لفهم بعض ابعاد الظاهرة محل الدراسة .



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

