

تقرير السيمينار العلمي

إشراف

د. محمد عويس

العميد الأكاديمي

د. شيرين كدواني

الفصل الدراسي الثالث ٢٠٢٤

بيانات العناوين البحثية:

♦ ٢٨ طالب	■ إجمالي عدد الطلاب
♦ ٢٠ خطة	■ إجمالي عدد الخطط البحثية
♦ ١ مجموعة	■ إجمالي عدد المجموعات
♦ ١٩ خطة	■ إجمالي عدد الخطط الفردية
♦ ٧ طلاب	■ من تخلفوا عن التسليم

المحاور الرئيسية للعرض

- ❖ كلمة افتتاحية للدكتور / محمد عويس.
- ❖ مناقشة المجموعة الأولى التي تتضمن ٧ خطط بحثية (د/ مهيتاب الرافعي).
- ❖ مناقشة المجموعة الثانية التي تتضمن ٦ خطط بحثية (د/ بريهان صلاح).
- ❖ مناقشة المجموعة الثالثة التي تتضمن ٧ خطط بحثية (د/ معتز نبيل).
- ❖ كلمة ختامية للدكتور / محمد عويس.

تحية طيبة وبعد...

مقدم لسيادتكم ملخص حول العرض التقديمي للسينار الرابع لقسم التسويق الرقمي لكلية الإعلام والتسويق المحدد يوم الأربعاء الموافق ٦ نوفمبر ٢٠٢٤ في تمام الساعة ٦:٣٠ مساءً بتوقيت مكة المكرمة.

يتضمن السينار ٢٠ خطة بحثية للمناقشة باستضافة ثلاثة من أعضاء هيئة التدريس في تخصص التسويق الرقمي، حيث يكلف كل عضو هيئة تدريس بمناقشة عدد من الخطط البحثية في غضون ٥ دقائق لكل باحث/مجموعة، وذلك من خلال عرض الخطة البحثية من قبل عضو هيئة التدريس لكل باحث/مجموعة منسوبة إليه، وذكر ملخص سريع بالتعليق على خطة كل باحث.

ويتضمن ترتيب عرض الحضور كالاتي:

المناقش الأول: د. مهيتاب الرفاعي.

المناقش الثاني: د. بريهان صلاح.

المناقش الثالث: د. معتز نبيل.

ومرفق لسيادتكم جدول بالخطط البحثية والباحثين المنسوبة لكل عضو هيئة تدريس.

المجموعة الأولى: د/ مهيتاب الرفاعي

م	اسم الطالب	عنوان البحث
١.	زيد محمد المساوي	دور المؤثرين في التأثير على قرارات الشراء لدى الشباب – دراسة ميدانية • الغلاف • عنوان البحث (يجب أن يحتوي على متغيرين تابع ومستقل) • زيادة عدد الدراسات السابقة • إضافة التعليق على الدراسات السابقة • فروض الدراسة يجب أن تحتوي على المتغيرين، ويكون هناك علاقة ذات دلالة احصائية بينهما
٢.	عز الدين عبد السلام الأثوري و بشاير يحيى نجعي	دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الحضور الإلكتروني للمنظمات غير الربحية: دراسة تحليلية The Role of Social Media in Enhancing the Online Presence of Non-Profit Organizations: An Analytical Study • اداة جمع البيانات: استبدال أداة الاستبيان • وإذا تم الابقاء على أداة الاستبيان يجب أن تكون الدراسة ميدانية • اختصار وتلخيص الدراسات السابقة من فقرة إلى نصف صفحة على الأكثر للدراسة الواحدة • إضافة جزئية التعليق على الدراسات السابقة
٣.	فيصل صالح العنزي	تأثير أتمتة التسويق الرقمي على كفاءة الحملات التسويقية: دراسة حالة حملة X The Impact of Digital Marketing Automation on the Efficiency of Marketing Campaigns: A Case Study of Campaign X • حذف الأشكال من الغلاف • إضافة جزئية التعليق على الدراسات السابقة • حذف جزء الهدف النهائي من الدراسة • حذف جزئية النتائج المتوقعة • حذف التوصيات من الخطة البحثية، يتم إضافتها عند الانتهاء من الرسالة العلمية بعد التوصل إلى نتائج الدراسة • توضع المراجع العربية قبل الأجنبية
٤.	منال بحاري	The Impact of Influencer Marketing on Sales and Consumer Purchasing Behavior: An Analytical Study on ElcOutlet Home Appliances Store • الأخطاء الإملائية مثل كلمة College • المقدمة يجب أن تكون أكبر • الدراسات السابقة: توضيح أسماء الباحثين في الدراسات السابقة في بداية

		الفقرة، بالإضافة إلى عنوان البحث • إضافة جزئية التعليق على الدراسات السابقة • تحديد الفجوة المذكورة في الدراسات السابقة بعد الانتهاء من الدراسة والرسالة العلمية في التوصيات • استخدام مصطلح Problem statement • ذكر المصادر للرسومات البيانية والمعلومات والاحصائيات
٥.	نادية الصالحى	دور تقنيات تتبع العين فى تحسين كفاءة الإعلانات الرقمية وتأثيرها على استجابة الجمهور The Role of Eye-Tracking Technologies in Enhancing the Efficiency of Digital Advertisements and Their Impact on Audience Response • تحديد نوع الدراسة • ذكر تعريف تقنيات العين في التعريفات الإجرائية • نوع الخط • لا يتم ذكر عيوب الدراسة • لا يتم ترقيم الدراسات السابقة • استكمال: مشكلة الدراسة – نوع الدراسة – نطاق الدراسة – العينة – المنهج
٦.	وعد نوفل	أثر أدوات التسويق الرقمي على سمعة العلامة التجارية • إكمال البحث في المجلد • تعديل العنوان • إضافة للمقدمة ومشكلة البحث والدراسات السابقة
٧.	ولاء الاحمد	تأثير التسويق الرقمي على تفضيلات المستهلكين وديناميكية المنافسة • الغلاف • العنوان • التساؤلات (ما هو – ما هي) • ترقيم الدراسات • منهج التحليل وأداة الاستبيان

المجموعة الثانية: د/ بريهان صلاح

م	اسم الطالب	عنوان البحث
١	ألاء جميل مداح	استخدام تكنولوجيا الواقع الافتراضي والواقع المعزز في تسويق السياحة السعودية - دراسة ميدانية في منطقة الرياض Using Virtual Reality and Augmented Reality Technology in Marketing Saudi Tourism A Field Study in Riyadh Region لا توجد تعليقات
٢	أصيلة بنت محفوظ المدودي	استراتيجيات التسويق الرقمي من خلال "الميتافيرس" وتأثير البيئات الافتراضية على سلوك المستهلك والتفاعل مع العلامات التجارية: دراسة تحليلية Digital Marketing Strategies through the "Metaverse" and the Impact of Virtual Environments on Consumer Behavior and Brand Interaction-Analytical Study لا يوجد تعليقات
٣	أبرار الثقفي	Boosting Online Visibility in the Heavy Machinery Market: An Applied Study on SEM Effectiveness for EJAR - The Machinery Alternative Company • مراجعة الأخطاء اللغوية والإملائية مثل صه • إضافة مرجع لجزئية (نصف السكان يستخدموا الانترنت) • تعريف الاختصارات • إضافة فروض للدراسة • إضافة أهداف لكل تساؤل أو فرض
٤	أحمد محمد سواد	دور التطبيقات الرقمية في تعزيز التفاعل خلال الفعاليات الترفيهية: دراسة حالة • استخدام نموذج مثل Keller (Brand Resonance Model) • حذف الأرقام 0.05 Significance
٥	أريج محمد الحطامي	تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على بناء ولاء العملاء للعلامات التجارية في المتاجر الإلكترونية: دراسة ميدانية The Impact of Social Media Marketing on Building Customer Loyalty to Brands in Ecommerce: A Field Study

• استخدام نموذج مثل Keller (Brand Resonance Model – CBBE Model)	
تأثير الإعلانات المدفوعة عبر الإنترنت على سلوك المستهلك السعودي: دراسة ميدانية • تحديد منصة تواصل اجتماعي واحدة في البحث لدراساتها مثل (انستجرام – تيك توك – سناب شات) • تقليل عدد الفرضيات • إضافة نموذج أو نظرية	اشواق خالد الشرقي ٦

المجموعة الثالثة: د/ معتز نبيل

م	اسم الطالب	عنوان البحث
١.	المعتز بالله علاء طرابزوني	تأثير التسويق الرقمي عبر المؤثرين الافتراضيين على سلوك المستهلك وثقته في العلامات التجارية: دراسة ميدانية • اختصار المقدمة ومشكلة البحث • توضيح ان الاستبيان إلكتروني • زيادة حجم العينة الميدانية عن ١٠٠ مفردة • عرض الدراسات السابقة من الأحدث للأقدم • إضافة نموذج مثل AIDA أو نظرية • ترتيب المراجع أبجدياً
٢.	انوار عبد الله البار	أثر التسويق الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية دراسة تطبيقية على شركة أسواق البحر الأحمر بجدة The impact of electronic marketing in achieving competitive advantage, an applied study on the Red Sea Markets Company in Jeddah • مصطلح تساؤلات الدراسة • إضافة التاريخ الهجري والميلادي للغلاف • إضافة التعريفات الإجرائية والاصطلاحية
٣.	تغريد محمد بوادي	دور التسويق بالمحتوى في تعزيز العلامة التجارية للشركات الناشئة: دراسة ميدانية The Role of Content Marketing in Strengthening the Brand of Startups: A Field Study • إضافة عبارة (طبقاً لما اطلعت عليه الباحثة) في التعليق على الدراسات السابقة • إضافة التعريفات الاصطلاحية • ترتيب المراجع أبجدياً • المراجع العربية ثم المراجع الأجنبية
٤.	تغريد يحيى أحمد دراج	دور التسويق الجرافيكي في تحسين تجربة المستخدم وزيادة التفاعل • إضافة التاريخ الهجري على الغلاف • زيادة الدراسات السابقة • إضافة التاريخ الخاص بالدراسات السابقة وأسماء الباحثين • تعديل تساؤلات الدراسة • قائمة المراجع

• أدوات القياس		
تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي لمبادرة السعودية الخضراء وفق رؤية 2030 على سلوك المستهلك البيئي: دراسة ميدانية The impact of the digital marketing strategy of the Saudi green Initiative in accordance with vision 2030 of the environmental consumer movement: a field study • إضافة نموذج التسويق البيئي • تقليل تساؤلات الدراسة • ترتيب المراجع أبجدياً	حنين حسن الضابط	٥.
تأثير استراتيجيات العلامة التجارية على أداء المشاريع الصغيرة للحرف اليدوية في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية The impact of Branding On The Performance Of Small Handicraft Business in Saudi Arabia: Analytical study • إضافة فهرس • تقسيم مقترح الدراسة	خلود دخيل الله السليمي	٦.
رؤية المسوقين لتحديات التسويق الرقمي الفندقي في مكة المكرمة • تعديل (المتكامل) • مصطلح التساؤلات • إضافة مقترح للدراسة • مصطلحات الدراسة الاصطلاحية والإجرائية	ريماء وليد أبو سبعة	٧.

وتفضلوا بقبول كل الشكر والتقدير