

دراسات نقدية 2
المهمه السادسة
نورة مبارك البقمي
اشراف أ. د/ أشرف الفندي



جامعة 8 ماي 1945

قائمة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم التسيير
تخصص: إدارة أعمال

تحت عنوان

أثر الذكاء التسويقي على إدارة العلاقة مع الزبائن دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر - قالمة-

إشراف الأستاذ:

قدوم لزهر

إعداد الطلبة:

روابحية سندس

قبايلية آمنة

<https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/bitstream/123456789/15978/1/%D8%B1%D9%88%D8>

بالاطلاع على الدراسة الحالية تبين ما يلي:

- 1- تعبر الدراسة عن نقطة بحثية جديدة وهي الذكاء التسويقي وأثره على إدارة العلاقة مع الزبائن.
- 2- استندت الدراسة إلى الأسلوب الميداني من خلال تطبيق استبانة تقيس متغيراتها وبالتالي تمثل النتائج الميدانية إضافة جديدة في مجال التسويق.
- 3- استخدم الباحثين الاقتباسات بشكل سليم مثلاً في ص 5 تم عرض تعريفات متعددة عن الذكاء التسويقي وتم الاقتباس بصورة مباشرة حيث وضعت التعريفات بين قوسين " " وبعد ذلك قاما بوضع رقم أعلى النص، ويشير إلى المؤلف في الحواشي السفلية؛ من خلال وضع نفس الرقم، وهكذا بالنسبة لباقي النصوص المُقتبسة.
- 4- لكن في مواضع أخرى م يعبر عن الاقتباس بشكل صحيح مثال ص 16

بشكل أو بآخر على دورة حياة المنتج وآليات تغليفه وتسعيه وتوزيعه وصولاً إلى السوق فقد عرف (Crowley) ذكاء المنتج بأنه المعرفة الجيدة بالمنتج وبشكل ما يؤثر عليه من عوامل ومتغيرات مختلفة، في حين عرف (Alsaqqa) ذكاء المنتج بأنه جمع وتحليل البيانات الخاصة بالمنتج في السوق من حيث الأداء، السعر، التصميم، وطرق التصنيع، ومن ثم تغذية هذه البيانات إلى مدراء الإنتاج بهدف تسريع معدل ابتكار منتجات جديدة تكون أكثر قدرة على المنافسة مقارنة بالمنتجات الأخرى.

إذ أن الزبائن يفضلون المنتجات التي تقدم ميزات أكثر جودة أو أداء أو ذات ميزات مبتكرة تلبي حاجاتهم ورغباتهم، وبالتالي فإن الإدارة الناجحة هي التي تتمكن من اغتنام الفرص في تقديم طرق جديدة في الإنتاج، فضلاً عن ابتكار منتجات جديدة تختلف عن بقية المنافسين لأن هذا يمثل أحد مقومات البقاء في سوق العمل والنجاح².

حيث ذكر الباحث أن (Crowley) تعريف ذكاء المنتج كان يجب أن يضع التعريف (.....) ثم ذكر المرجع في الحواشي السفلية (لم يتم) ص 16

5- اعتمد الباحث على مصادر موثوقة فقد استند إلى أبحاث منشورة واتضح ذلك عند مراجعة قائمة المراجع العلمية مثال:

¹سامية زواغي، خالد قشي، مساهمة الذكاء التسويقي في دعم الميزة التنافسية لمؤسسة كوندور، مجلة معارف مجلة علمية دولية محكمة، العدد 22، جامعة البويرة، الجزائر، 2017، ص 194.

6- وفي الدراسات الحديثة يتم التحقق من نسبة الاقتباس بواسطة الجامعة المقدم إليها الرسالة العلمية أو المجلة المنشور بها البحث ولا تقبل الدراسات التي تتخطى بها نسبة الاقتباس 25%.

Thank you

