

التكليف الثاني: مهارات بحثية ١

مقدمه الباحث/ محمد عبد العزيز بناتن

مثال لدراسة استخدمت المنهج الوصفي التحليلي

بحث بعنوان: الاتجاهات الحديثة في تسويق خدمات مؤسسات ومراكز المعلومات

رابط البحث: <https://www.ijrsp.com/volume/issue-28/6>

المؤلفون: الباحثة/ نجاة عايض الحربي ١ ، الباحثة/ رنا عمر باهيري ٢ ، الباحثة/ مرام محمد القثامي ٣ ،
الباحثة/ هالة عبد الرشيد تركستاني ٤

المجلة: المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات (ISSN: ٢٧٠٩-٧٠٦٤)

اهداف البحث :

١ معرفة التقنيات المستخدمة للتسويق لخدمات المعلومات

٢ معرفة التجارب الحالية للمؤسسات المعلومات في استخدام التقنيات الحديثة

٣ معرفة مدى تأثير التقنية والشبكات الاجتماعية على تسويق خدمات المعلومات

وجائت صياغة مشكلة البحث على شكل تساؤلات الدراسة :

ما التقنيات المستخدمة للتسويق لخدمات المعلومات ؟

وما تأثير التقنية والشبكات الاجتماعية على تسويق خدمات المعلومات ؟

هدف البحث:

تهدف الدراسة إلى معرفة الاتجاهات الحديثة المستخدمة في تسويق خدمات مؤسسات المعلومات، واستكشاف التجارب الحالية لهذه المؤسسات في استخدام التقنيات الحديثة. استخدمت الباحثة منهج تحليل المحتوى لجمع البيانات وتحليل التجارب الحالية. وقد توصلت الدراسة إلى أن التقنيات الحديثة، مثل الهولوجرام والواقع المعزز، تعتبر طرقاً مبتكرة لجذب المستفيدين وتعزيز التسويق.

منهج الدراسة:

هذا البحث يمثل نموذجاً جيداً لدراسة التسويق باستخدام المنهج الوصفي وتحليل المحتوى.

وقد قدم البحث الكثير من الوصف للتقنيات الحديثة مثل الهيلوجرام والواقع المعزز والتسويق بالمحتوى

بأسلوب علمي مدعم بالصور

أدوات البحث:

١. الملاحظة كأداة هامة لتحليل المحتوى

٢. تقييم الحسابات والمواقع

وهذه الأدوات مناسبة للمنهج الوصفي التحليلي لما ستقدمه من نتائج تمكن الباحث من التحليل والوصف لتقديم تفسيرات من تلك النتائج

وصف الوثائق والمحتوي الذي أعتمد عليه الباحثات

تميز المحتوى الذي تناول البحث تحليله بإتاحته على شبكة الانترنت، قام فريق البحث بتحليل أشكال كبيرة جدا من المحتويات الالكترونية وقام ايضا ببيان فوائدها في مجالات التسويق الالكتروني ومن المحتويات التي أمعن الباحث في وصفها وتحليلها تقنية الهولجرام (HORIGRAM)، Microsoft Hololens، وكذلك كل مواقع التواصل الاجتماعي الشائعة حاليا في المجتمع السعودي، حيث توصلت الباحثات أن التقنيات الحديثة طريقة سريعة لنشر والترويج لخدمات ومؤسسات المعلومات بطريقة مبتكرة وملفته وتعتبر عامل جذب للمستخدمين وطريقة حديثة لكسب العملاء والمستخدمين، حيث أن قلة من مؤسسات المعلومات أدخلت التقنيات الحديثة للترويج لخدماتها، وتعتبر ثقافة التسويق لخدمات مؤسسات المعلومات تم اقتصارها على نشر الخدمات على حسابات مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمؤسسات المعلومات.

النتائج والتوصيات :

كما جاءت النتائج والتوصيات لتجيب على تساؤلات الدراسة وتصف أهمية التقنيات الحديثة للتسويق للخدمات المعلوماتية بطريقة مبتكرة ومواكبة لتسارع التقنيات الحديثة من اجل استقطاب المزيد من المستخدمين .