

التكليف ٥ دراسات نقدية ٢

الباحث / محمد عبدالعزيز بنتن



رسالة ماجستير بعنوان:

دور العلاقات العامة المستدامة تحقيق الفاعلية التسويقية
دراسة حالة الشركة العامة لمنتجات الخزف و الصيني (شيني)

الرابط : من مكتبة جامعة ميدأوشن الرقمية

<https://lib.midocean.ae/ar/research/3455>

نقد الدراسات السابقة لرسالة ماجستير

تعتبر الدراسات السابقة عنصرا أساسيا في أي بحث علمي ، اذ تساعد الباحث على فهم ما انجز في مجاله وتحديد الفجوات المعرفية التي يمكن ان يسهم في سدها ، كما تمكنه من بناء اطار نظري قوي ، وتجنب تكرار الجهد ، وكذلك اختيار المناهج المناسبة كما تدعم تحليله ومناقشة نتائجه في ضوء ما توصل إليه الآخرون لذلك يعد الاطلاع على الدراسات السابقة خطوة محورية تعزز جودة البحث وتضفي عليه العمق والمصداقية العلمية .

١- هل غطت الدراسات السابقة كافة الأبحاث المهمة والحديثة بموضوع الدراسة؟

- تم استعراض ١٩ دراسة متنوعة بين العربية والأجنبية ، تشمل دراسات حديثة حتى عام ٢٠٢٤
- تم ترتيب الدراسات زمنيا وموضوعيا وفقا لمحاور الدراسة
- استراتيجيات التسويق المستدام
- الفاعلية التسويقية
- الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين المتغيرين
- ص ٨

ملاحظات

- لم يتم توضيح المنهجية التي تم الاعتماد عليها في اختيار الدراسات السابقة .

٢- هل اعتمدت الدراسة على مجموعة متنوعة من المصادر ؟

- تم الاستناد إلى مقالات علمية محكمة مراجع من scopus .
- تم ذكر استخدام كتب ومراجع عربية لبناء الاطار النظري والاستبيان .
- ص ٨

ملاحظات

- لم تظهر إشارات واضحة الى تقارير او بيانات رسمية في موضوع الدراسة التطبيقية .
- تم الاعتماد على مصادر اكااديمية فقط دون الإشارة لمصادر تطبيقية او إحصائية .

٣- هل هناك توازن بين الدراسات القديمة والحديثة ؟

- تنوعت الدراسات بين عامي ١٩٦٩ و ٢٠٢٤
- تم توضيح تطور المفاهيم زمنيا مثل التسويق المستدام والعلاقات والعلاقات العامة المستدامة .
- ص ٩

ملاحظات

- لم يتم توضيح أهمية الدراسات القديمة وعلاقتها وتأثيرها على الدراسات الحديثة ومدى صلاحية الاستشهاد بها .

٤- هل تم نقد الدراسات السابقة بشكل بناء؟

- تم تقديم مقارنة بين أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة .
- تم ذكر مدى الاستفادة من الدراسات السابقة في بناء الاطار النظري واداة الاستبيان .
- ص ١٧ و ١٨

ملاحظات

- لم يتم توضيح نقاط الضعف في الدراسات السابقة
- لم يتم توضيح منهجية اختيار الدراسات السابقة او مقارنتها من حيث القوة العلمية

٥- هل تم تحديد الفجوات البحثية بوضوح؟

- القصور في تناول ودراسة موضوع استراتيجيات التسويق المستدام بالتطبيق على شركات قطاع الاعمال العام .
- القصور في تناول ودراسة موضوع تحقيق الفاعلية التسويقية بالتطبيق على شركات قطاع الاعمال العام .
- ندرة وجود دراسات سابقة تناولت العلاقة والاثار بين العلاقات المستدامة مع العملاء وتحقيق الفاعلية التسويقية في الشركات بصفة عامة .
- عدم تناول العلاقة بين المتغيرين بالتطبيق على الشركة العامة لمنتجات الخزف والصيني (شيني) على وجه الخصوص
- ص ١٨

وبشكل عام :

- يتضح ان هناك جهود بحثية تناولت الدراسات السابقة في موضوعات استراتيجيات التسويق المستدام والفاعلية التسويقية في سياقات مقارنة أسهمت في اثراء الاطار النظري وتوجيه منهجية الدراسة الحالية فقد :
- ابرزت دراسات متنوعة زمنيا وجغرافيا
- تنوعت الدراسات السابقة بين القديم والحديث
- اعتمدت على مصادر اكااديمية موثوقة
- قدمت اطر مفيدة في بناء الاستبانة وصياغة المتغيرات
- ابراز الفجوات البحثية التي عالجتها الدراسة

ملاحظات للتحسين

- الاستعانة بمصادر متنوعة تشمل تقارير وممارسات مهنية ودراسات تطبيقية .
- التوسع اكثر في التحليل المقارن بين نتائج الدراسات وخصوصا عند وجود تباين بين النتائج والتفسيرات
- توضيح المنهجية التي تم الاعتماد عليها في اختيار الدراسات السابقة



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

