

مهارات بحثية

أعداد: ريما حمودي



المهمة الأولى

Chapter

01



السلوك المعلوماتي للباحثين التربويين في ظل البيئة
الرقمية دراسة تحليلية لمصادر المعلومات المستخدمة في
رسائل الدكتوراه التربوية بجامعة الإمام



وتتناول هذه الدراسة السلوك المعلوماتي في رسائل الدكتوراه التربوية المجازة من كلية العلوم الاجتماعية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض التي تم اجازتها بعد دخول خدمة شبكة الإنترنت في المملكة بهدف التعرف على مصادر المعلومات المستخدمة في هذه الرسائل والتغيرات التي قد تكون طرأت على استخدام المصادر خلال الفترة التي غطتها الدراسة . وبعد تحليل البيانات الببليوجرافية لمصادر المعلومات المستخدمة في الرسائل التي شملتها الدراسة من خلال أسلوب تحليل الاستشهادات المرجعية، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج المهمة التي تتعلق بالسلوك المعلوماتي للباحثين التربويين الذين قاموا بإعداد هذه الرسائل إضافة إلى عدد من التوصيات التي يمكن الاستفادة منها من قبل الباحثين في المجال والجهات التي تقوم على توفير وتقديم خدمات المعلومات العلمية لهذه الفئة المهمة من الباحثين.

Chapter
01

العنوان الأول

العنوان الأول:

"السلوك المعلوماتي للباحثين التربويين في ظل البيئة الرقمية
دراسة تحليلية لمصادر المعلومات المستخدمة في رسائل الدكتوراه التربوية بجامعة الإمام"
واضح ومباشر في تحديد موضوع البحث (السلوك المعلوماتي).

- يحتوي على الفئة المستهدفة: الباحثين التربويين.
 - يشير إلى البيئة الحديثة (الرقمية)، وهذا يدل على حداثة الموضوع.
 - يحتوي على مكان الدراسة المحدد: جامعة الإمام.
 - يوضح نوع الدراسة: تحليلية لمصادر المعلومات.
- سلبياته:

- قد يكون طويلاً نسبياً ويمكن اختصاره دون فقد المعنى.
 - ينقصه تحديد الإطار الزمني (مثل السنوات أو المدة الزمنية المحللة).
- لكن بعد هذا التحليل العنوان جيد .

Chapter

01

"فعالية التسويق الالكتروني عبر شبكات التواصل
الاجتماعي للخدمات البنكية السعودية في تلبية احتياجات
العملاء السعوديين دراسة ميدانية"



تسعى الدراسة للتعرف على تقييم العملاء السعوديين للبنوك السعودية لجودة المحتوى المنشور على صفحات البنوك عبر مواقع التواصل الاجتماعي في جذبهم والتأثير عليهم، حيث تتجه البنوك السعودية للاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي في التسويق الالكتروني عبر بث المنشورات المختلفة المحتوى عن خدماتها وكيفية استخدامها وحملاتها الاعلانية والتي تُعد رابط ذهني قوي بين البنك والعميل.

العنوان الثاني

العنوان الثاني:

"فعالية التسويق الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي للخدمات البنكية السعودية في تلبية احتياجات العملاء السعوديين دراسة ميدانية"

إيجابياته:

- يذكر بوضوح المتغيرات: فعالية التسويق الإلكتروني ← في تلبية احتياجات العملاء.
- يشير إلى المجال (الخدمات البنكية) والوسيلة (شبكات التواصل).
- يحدّد المجتمع (العملاء السعوديين).

سلبياته:

- مكرر في ذكر "السعودية / السعوديين" مرتين، وهذا يضعف اللغة.
- طويل جدًا، ويمكن إعادة صياغته باختصار.
- لم يُحدد المنطقة الجغرافية بدقة (مثل: الرياض، جدة؟) أو الإطار الزمني.
- عبارة "فعالية التسويق..." عامة نوعًا ما، وكان ممكن تحديد نوع المنصات أو الحملات.
- الحكم: عنوان غير جيد، بسبب التكرار، والطول، وعدم الدقة في التحديد المكاني والزمني.

العنوان المقترح

العنوان المقترح :

"أثر محتوى الحملات التسويقية عبر إنستغرام على قرار العملاء في اختيار البنوك الرقمية في مدينة الرياض – دراسة ميدانية"

لماذا هذا عنوان جيد؟ محدد بوضوح: يركز على "محتوى الحملات التسويقية".

يحدد الوسيلة الرقمية: إنستغرام.

يشير إلى النتيجة المتوقعة: التأثير على قرار الاختيار.

يحدد نوع البنوك: البنوك الرقمية.

يحدد المكان: مدينة الرياض. يذكر نوع الدراسة: دراسة ميدانية. مختصر، واضح، لا يحتوي على تكرار أو عموميات.

عنوان الرسالة: السلوك المعلوماتي للباحثين التربويين في ظل البيئة الرقمية دراسة تحليلية لمصادر المعلومات المستخدمة في رسائل الدكتوراه التربوية بجامعة الإمام
اسم الباحث: عبدالله بن محمد الشايح
التوثيق :

Al-Shaya, A. M. (2015).

السلوك المعلوماتي للباحثين التربويين في ظل البيئة الرقمية: دراسة تحليلية
لمصادر المعلومات المستخدمة في رسائل الدكتوراه التربوية بجامعة الإمام. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية،
(38)، 77-104. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
رابط الرسالة :

<chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/file:///C:/Users/PC/Downloads/azzed+dine,+38-2.pdf>

•معلومات عن الدراسة :

اسم البحث:

فعالية التسويق الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي للخدمات البنكية السعودية في تلبية احتياجات العملاء السعوديين دراسة ميدانية.

اسم الباحث :د. سلمان فيحان فيصل بن لبده

التوثيق :ابن لبده، س. ف. ف. (2021، مارس). فعالية التسويق الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي للخدمات البنكية السعودية في تلبية احتياجات العملاء السعوديين: دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 20(1). جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام.

رابط الدراسة: <https://search.mandumah.com/Record/1140668>



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

