

تقييم الفصل الثاني رسالة الدكتوراه

تأثير التسويق الرقمي للقطاع العقاري عبر مواقع التواصل الاجتماعي على قرارات الشراء لدى المستهلك السعودي

دراسة ميدانية

الباحثة:

سارا سعد الودعاني الدوسري

1- الغلاف: كلية الإعلام والتسويق، وليس كلية الإعلام الرقمي.

2- المراجعة والتدقيق اللغوي.

3- كتابة رقم الفصل مع عنوانه في الصفحات الفاصلة (الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة) ، الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة.

**الفصل الأول:

4- المقدمة: توثيق الفقرة الأولى من المقدمة (الإشارة للمرجع).

5- تساؤلات الدراسة: تضاف (المستوى الاقتصادي والاجتماعي ضمن المتغيرات الديموجرافية).

6- فروض الدراسة: تضاف (المستوى الاقتصادي والاجتماعي ضمن المتغيرات الديموجرافية).
حذف علامات الاستفهام.

7- التعليق على الدراسات السابقة، وليس (أهم ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة). يشمل الإشارة إلى أهم ما خلصت إليه الدراسات السابقة وأبرز الأدوات والمناهج التي استخدمتها، وتوضيح الفجوة البحثية التي ستغطيها الدراسة، ولاسيما فيما يخص السعودية.

**الفصل الثاني:

- 8- كتابة فقرة تمهيدية في بداية الفصل الثاني تشير إلى محتواه باختصار.
- 9- حذف المفاهيم ومصطلحات الدراسة والإجراءات المنهجية والأدوات والعينة من الفصل الأول، لأنها ستعرض تفصيلاً في الفصول التالية.
- 10- عرض **النظريات** بمزيد من التفصيل وأهم فروضها، وكيفية تطبيقها على موضوع الدراسة.
- 11- استخدام نموذج المثير والاستجابة (S-O-R) The stimulus organism and response بدلاً من النظرية الأولى.
- استخدام نموذج AIDA لتفسير سلوك المستهلك النهائي. ونموذج إطار التأثير Influence framework model بدلاً من النظرية الثانية.
- 12- **المراجع:** تحذف لأنها توضع في نهاية رسالة الدكتوراه.