

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع

استكشاف العلاقة بين استراتيجيات التسويق و ولاء العملاء بمنطقة القصيم

أسم الطالب

ناصر رائد بامرحول

٢٢١٠٠١٢٨٣

مشروع تخرج- ١

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

جدول المحتويات

٣	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
٤	١,١. المقدمة:
٥	١,٢. مشكلة الدراسة
٥	١,٢,١. فجوات على المستوى النظري
٥	١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي
٥	١,٣. أهمية الدراسة
٥	١,٣,١. على المستوى النظري:
٥	١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:
٦	١,٤. أسئلة الدراسة
٦	١,٥. أهداف الدراسة
٦	١,٦. فرضيات الدراسة
٦	١,٧. نموذج الدراسة
٧	١,٨. منهجية الدراسة
٧	١,٩. الدراسة الميدانية
٧	١,١٠. مخطط المشروع المقترح
٨	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
٩	٢,١. المقدمة:
٩	٢,٢. المتغير المستقل
٩	٢,٣. المتغير التابع
٩	٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
١٠	٢,٥. الخاتمة
١٠	قائمة المراجع

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١ . المقدمة:

تُعد منطقة القصيم واحدة من المناطق الاقتصادية الهامة في المملكة العربية السعودية، حيث تحتل مكانة استراتيجية سواء على الصعيد التجاري أو الاجتماعي. مع ازدياد المنافسة بين الشركات في هذه المنطقة، أصبح الحفاظ على ولاء العملاء من خلال استراتيجيات تسويقية فعالة أحد العوامل الحاسمة في نجاح الأعمال التجارية. وبالتالي، فإن استكشاف العلاقة بين استراتيجيات التسويق وولاء العملاء في منطقة القصيم يمثل موضوعاً بالغ الأهمية، حيث يساهم في تعزيز فهم الشركات لأفضل السبل لبناء علاقات طويلة الأمد مع عملائها المحليين و على الرغم من أن العديد من الدراسات قد تناولت تأثير استراتيجيات التسويق على سلوك العملاء في مختلف مناطق المملكة، إلا أن هناك افتقاراً لدراسات محددة تركز على منطقة القصيم، حيث تختلف العوامل الثقافية والاجتماعية التي قد تؤثر على سلوك العملاء وولائهم. هذا البحث يسعى إلى ملء هذا الفراغ من خلال دراسة العلاقة بشكل أكثر تخصصاً في هذه المنطقة .

١,٢ . مشكلة الدراسة

١,٢,١ . فجوات على المستوى النظري

غياب نماذج تسويقية مخصصة للخصائص المحلية: معظم الدراسات التي تناولت استراتيجيات التسويق وولاء العملاء تمحورت حول أسواق واسعة أو على مستوى المملكة بشكل عام، ولم تركز على خصائص السوق المحلي في منطقة القصيم. هناك حاجة إلى نموذج تسويقي يأخذ في الحسبان الخصائص الاجتماعية والثقافية والسلوكية للعملاء في هذه المنطقة .

١,٢,٢ . فجوات على المستوى التطبيقي

مساعدة الشركات المحلية: تساهم الدراسة في تقديم حلول عملية للشركات العاملة في منطقة القصيم من خلال تحديد الاستراتيجيات التسويقية الأنسب لتعزيز ولاء العملاء. حيث يتمكن المسؤولون عن التسويق في هذه الشركات من تطبيق النتائج والتوصيات المستخلصة لتحسين استراتيجياتهم .

ينتهي هذا الجزء بالسؤال الرئيسي

ما هي العلاقة بين استراتيجيات التسويق وولاء العملاء في منطقة القصيم ؟

١,٣ . أهمية الدراسة

١,٣,١ . على المستوى النظري:

إثراء الأدبيات الأكاديمية: تساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بعلاقة استراتيجيات التسويق وولاء العملاء، خاصة في السياقات المحلية. فهي تضيف منظورًا جديدًا يركز على منطقة القصيم باعتبارها سياقًا متميزًا من حيث الخصائص الثقافية والاجتماعية التي تؤثر في سلوك العملاء .

١,٣,٢ . على المستوى التطبيقي:

مساعدة الشركات المحلية: تساهم الدراسة في تقديم حلول عملية للشركات العاملة في منطقة القصيم من خلال تحديد الاستراتيجيات التسويقية الأنسب لتعزيز ولاء العملاء. حيث يتمكن المسؤولون عن التسويق في هذه الشركات من تطبيق النتائج والتوصيات المستخلصة لتحسين استراتيجياتهم .

١,٤ . أسئلة الدراسة

١,٥ . أهداف الدراسة

١,٦ . فرضيات الدراسة

١,٧ . نموذج الدراسة

١,٨ . منهجية الدراسة

١,٩ . الدراسة الميدانية

١,١٠ . مخطط المشروع المقترح

٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

٢,١ . المقدمة:

٢,٢ . المتغير المستقل

٢,٣ . المتغير التابع

٢,٤ . العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

٢,٥ . الخاتمة

قائمة المراجع

Al-Rafee, S. M., & Hedhili, H. N. (2017).

The Impact of Digital Marketing on Customer Loyalty in Saudi Arabia.

.International Journal of Marketing Studies, 9(4), 12-22

Alqahtani, A. (2016).

Consumer Behavior and Its Impact on Loyalty in the Context of Marketing Strategies in Saudi Arabia.

Journal of Consumer Research, 12(3), 28-39.