

التعليق على سيمينار مناقشة الخطط البحثية لمرحلة الماجستير برنامج
التسويق الرقمي

إشراف

د. محمد عويس

الفصل الدراسي الأول

2026

أولاً تعليقات دكتور شرين الكدواني

الخطة الأولى

دور تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التحول الرقمي للتسويق في لدى الشركات

السعودية:

دراسة ميدانية في ضوء رؤية المملكة 2030

أسرار عطا الله الحربي

- 1-الموضوع حديث ومهم.
- 2- **العنوان:** تحديد نوع النشاط التجاري المقصود لدى الشركات محل الدراسة.
- الغلاف (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي)، (الشهر / فبراير 2026م).
- 3- **المقدمة** تمهيدية جيدة جداً ومراجعتها حديثة.
- 4- التدقيق اللغوي واستخدام علامات الترقيم.
- 5- **مشكلة الدراسة:** تكون ذاتية بأسلوب الباحث، وليس من المراجع. اختصارها (فقرة أو فقرتين فقط).
- 6- أهمية الدراسة العلمية والتطبيقية متميزة.
- 7- الدراسات **السابقة:** الدراسات متميزة وحديثة، وترتب من الأحدث إلى الأقدم، وتقسم إلى محورين؛ ارتباطاً بمتغيرات الدراسة، كالتالي (دراسات تناولت استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق، دراسات تناولت التسويق في الشركات السعودية)، زيادة عددها ولاسيما في المحور الثاني.
- 8- **التعليق على الدراسات السابقة:** متميز وتفصيلي، اختصارها وخاصة نواحي التشابه والاختلاف.

9- المنطلقات النظرية للدراسة: لا يتم عرض سرد شخصي، ولكن يتم عرض النظرية العلمية المستخدمة، وتوثيقها من المراجع.

10- الإجراءات المنهجية للدراسة: تعرض بشكل تفصيلي وعناوين مستقلة لكل عنصر، كالتالي:

-نوع الدراسة: دراسة وصفية

-منهج الدراسة: منهج المسح، باستخدام أسلوب المسح بالعينة.

-مجتمع الدراسة :

-عينة الدراسة:

-أدوات جمع بيانات الدراسة:

-مفاهيم الدراسة: المفاهيم الاصطلاحية من المراجع، المفاهيم الإجرائية بأسلوب الباحث.

11 - المراجع (ترتب أبجدياً).

الخطوة الثانية

تأثير تقييمات العملاء الإلكترونية في موقع خرائط جوجل على قرار الشراء لدى المستهلكين السعوديين

دراسة ميدانية

أسماء عزيز العنزي

1-الموضوع حديث ومهم.

2- **المقدمة** تمهيدية متميزة، تحتاج مراجع وتقارير حديثة.

3- **الدراسات السابقة:** مقسمة بالفعل إلى محورين (الترقيم لكل محور على حده). فقرة واحدة أفضل لكل دراسة بدلاً من النقاط.

4- **التعليق على الدراسات السابقة:** اختصار وتعليق عام على النتائج، دون إعادة لذكرها مرة أخرى.

5- **مشكلة الدراسة وأهمية الدراسة العلمية والتطبيقية:** صياغة متميزة.

6- **الإطار النظري للدراسة** (يجب أن يشير إلى النظرية العلمية المستخدمة)، ويختلف عن الإطار المعرفي (الأسس العلمية من المراجع).

7- **نوع الدراسة** وليس نوعية (دراسة وصفية)، **منهج الدراسة** (منهج المسح).

8- **إضافة مجتمع الدراسة** (جميع مستخدمي الإنترنت السعوديين)، **وعينة الدراسة** (400 مبحوث من المستخدمين السعوديين).

9- **أدوات جمع البيانات** (الاستبيان الإلكتروني) عنوان مستقل.

10 - **المراجع** (ترتب أبجدياً).

الخطة الثالثة

دور التسويق الرقمي في إدارة الأزمات المؤسسية في المنشآت الصحية الخاصة في السعودية

دراسة ميدانية

أفنان عبد العزيز الحازمي

- 1-الموضوع حديث ومهم.
- 2- الغلاف (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي)، (الشهر/2026).
- 3- المقدمة (متميزة، تمهيدية).
- 4- مشكلة الدراسة: تكون ذاتية بأسلوب الباحث، وليس من المراجع.
- 5-أهمية الدراسة: تأتي بعد مشكلة الدراسة.
- 6- تساؤلات الدراسة: تأتي بعد أهداف الدراسة.
- 7- فروض الدراسة: عدم تحديد مستوى محدد للدلالة الإحصائية، فقط تصاغ في شكل علاقة إحصائية بين متغيرين.
- 8- الدراسات السابقة: متنوعة وحديثة ومقسمة إلى محاور.
- 9-التعليق على الدراسات السابقة: اختصار وتعليق عام على النتائج، دون إعادة لذكرها مرة أخرى.
- 10- الإجراءات المنهجية للدراسة: تعرض بشكل تفصيلي وعناوين مستقلة لكل عنصر، كالتالي:
 - نوع الدراسة: دراسة وصفية
 - منهج الدراسة: منهج المسح، باستخدام أسلوب المسح بالعينة.
 - مجتمع الدراسة:

- عينة الدراسة:

- أدوات جمع بيانات الدراسة:

- مفاهيم الدراسة: المفاهيم الاصطلاحية من المراجع، المفاهيم الإجرائية بأسلوب الباحث.

11 - المراجع (ترتب أبجدياً).

الخطوة الرابعة

أثر التغطيات الإعلانية التسويق بالمؤثرين عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي على النية الشرائية للمستهلك السعودي نحو متاجر التجزئة والمعارض

دراسة ميدانية

الجوهرة عبد الله الأردح

- 1-الموضوع حديث ومهم.
- 2- المقدمة (تمهيدية) تحتاج للتعريف أكثر بالتسويق بالمؤثرين ومفهومه وأدواته، وتوثق من المراجع، وإحصاءات حديثة.
- 3- مفاهيم الدراسة: المفاهيم الاصطلاحية من المراجع، المفاهيم الإجرائية بأسلوب الباحث.
- 4- الدراسات السابقة قليلة جداً.
- 5- إضافة التعليق على الدراسات السابقة.
- 6- الإطار النظري للدراسة: يحتاج إلى التوثيق من المراجع، وتعرض بشكل أكثر تفصيلاً.
- 7-إضافة نوع الدراسة: (دراسة وصفية)، منهج الدراسة (منهج المسح) وليس المنهج الوصفي التحليلي.
- 8- عينة الدراسة: (400) العدد الأمثل.

الخطة الخامسة

تأثير الإعلانات الرقمية المرئية على نية الشراء **للمنتجات في المنتجات الفنية لدى المستهلك السعودي**

دراسة ميدانية

العنود عبد العزيز الحجي

- 1-الموضوع حديث ومهم.
- 2- الغلاف (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي)، (الشهر/2026).
- 3- **المقدمة** (تمهيدية وبها مراجع حديثة)، تحتاج توضيح المقصود بالمنتجات الفنية.
- 4- **الدراسات السابقة** متنوعة وحديثة، ومقسمة إلى محاور، عرض متميز.
- 5- **التعليق على الدراسات السابقة**: متميز.
- 6- **مشكلة الدراسة**: متميزة (تكون بدون مراجع).
- 7- **أهمية الدراسة**: العلمية والتطبيقية متميزة.
- 8- **تساؤلات الدراسة**: تحتاج تكون أكثر تفصيلاً وتعددًا.
- 9- **فروض الدراسة**: عدم تحديد مستوى الدلالة.
- 10- **الإطار النظري**: اختيار مناسب للنظريات العلمية.
- 11- **نوع الدراسة**: (دراسة وصفية)، **منهج الدراسة** (منهج المسح) وليس المنهج الوصفي التحليلي.
- 12- **إضافة مجتمع الدراسة**: الجمهور السعودي. وتحديد حجم **العينة** (400 مبحوث).

الخطوة السادسة

تأثير التسويق عبر المشاهير **المؤثرين** على نية الشراء لدى مستهلكي قطاع التجزئة في المملكة العربية السعودية

دراسة ميدانية

حمزة محسن بونمي

- 1- الغلاف (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي)، (الشهر/2026).
- 2- **المقدمة** (تحتاج للتوثيق من مراجع)، تحتاج إلى الاختصار.
- 3- تنسيق النص.
- 4- **الدراسات السابقة**: متنوعة وحديثة، ومقسمة إلى محاور، المحور الثاني يكون بعنوان (التسويق لمتاجر التجزئة)، وزيادة عدد الدراسات، تحتاج ترتب من الأحدث إلى الأقدم، ترقيمها، تحتاج الى توضيح هدف الدراسة والعينة وليس النتائج فقط.
- 5- **التعليق على الدراسات السابقة**: يحتاج التركيز على الفجوة البحثية بالأساس، وما ستقدمه الدراسة الحالية.
- 6- **مشكلة الدراسة**: تكون ذاتية وليست من مراجع (نقل الدراسات والإحصاءات لمقدمة الدراسة)، **أهمية** الدراسة: جيدة ومقسمة إلى (علمية - تطبيقية).
- 7- **نوع الدراسة** (وصفية)، **منهج** الدراسة (منهج المسح).
- 8- إضافة **مجتمع الدراسة**، **عينة** الدراسة تكون (400)، لأن (50) محدود.
- 9- **أداة جمع البيانات** تعرض تحت عنوان منفصل.
- 10 - **المراجع** (ترتب أبجدياً).

الخطوة السابعة

تأثير التوافق الذاتي كعامل وسيط بين أنشطة التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي وأداء العلامة التجارية:
دراسة حالة على العلامات التجارية السعودية الناشئة

دراسة ميدانية

لارا صالح

- 1-الموضوع حديث ومهم.
- 2- الغلاف (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي)، (الشهر / فبراير 2026م).
- 3-مشكلة الدراسة: تكون ذاتية بأسلوب الباحث، وليس من المراجع.
- 4-أهمية الدراسة: العلمية والتطبيقية جيدة.
- 5- المقدمة تمهيدية متميزة، تحتاج مراجع وتقارير حديثة.
- 6- الإطار النظري للدراسة (تشير إلى النظرية العلمية المستخدمة)، وليس الدراسات السابقة.
- 7- الدراسات السابقة: مقسمة بالفعل إلى محورين (عدم الفصل بين الدراسات الأجنبية والعربية).
- 8- مشكلة الدراسة وأهمية الدراسة العلمية والتطبيقية: صياغة متميزة.
- 9-إضافة نوع الدراسة: (دراسة وصفية)، منهج الدراسة (منهج المسح) وليس المنهج الوصفي التحليلي.
- 10- تحديد حجم عينة الدراسة (400 مبحوث).
- 11- أدوات جمع البيانات (الاستبيان الإلكتروني) عنوان مستقل.
- 12 -إضافة مفاهيم الدراسة: المفاهيم الاصطلاحية من المراجع، المفاهيم الإجرائية بأسلوب الباحث.
- 13 -إضافة المراجع .

الخطة الثامنة

العلاقة بين شفافية الرسائل التسويقية الرقمية ومستوى الثقة بالمنتج:

دراسة ميدانية على أولياء أمور المدارس الدولية بمدينة جدة

دراسة ميدانية

ميسرة محمد أنور أحمد علي

1-الموضوع حديث ومهم.

2- **الغلاف** (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي)، (الشهر / فبراير 2026م).

0-تنسيق النص.

0-**المقدمة**: تمهيدية ومدعمة بمراجع حديثة.

3- **الدراسات السابقة: متنوعة وحديثة**، مقسمة إلى محاور وفق متغيرات الدراسة، تحتاج الترتيب من الأحدث إلى الأقدم.

7-**مشكلة الدراسة: وأهمية الدراسة: العلمية والتطبيقية جيدة.**

12 - **مفاهيم الدراسة: جيدة.**

6- **الإطار النظري للدراسة** (النظرية العلمية المستخدمة مناسبة)، وعرض الباحثة للنموذج مميز.

8- **الإجراءات المنهجية للدراسة:**

-**إضافة نوع الدراسة: (دراسة وصفية)**، **منهج الدراسة** (منهج المسح) وليس المنهج الوصفي التحليلي.

الخطة التاسعة

تأثير المحتوى التسويقي المولد بالذكاء الاصطناعي على ثقة المستهلك وقرارات الشراء :

دراسة تطبيقية في المملكة العربية السعودية

دراسة ميدانية

هند بنت رياض الهرفي

- 1-الموضوع حديث ومهم.
- 2- **الغلاف** (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي)، (الشهر / فبراير 2026م).
- 3-**المقدمة**: تمهيدية ومدعمة بمراجع حديثة.
- 4-**مشكلة الدراسة**: متميزة.
- 5-**أهمية الدراسة**: العلمية والتطبيقية جيدة. ولكن الأهمية تكون ذاتية بأسلوب الباحث بدون مراجع.
- 6- **الدراسات السابقة: متنوعة وحديثة**، تحتاج إلى التقسيم إلى محاور وفق متغيرات الدراسة، تحتاج الترتيب من الأحدث إلى الأقدم. زيادة عددها.
- 7-**التعليق على الدراسات السابقة**: متميز.
- 8- **الإطار النظري للدراسة** (يجب أن يشير إلى النظرية العلمية المستخدمة)، ويختلف عن **الإطار المعرفي** (الأسس العلمية من المراجع).
- 9- **الإجراءات المنهجية للدراسة**:
- 10- **إضافة نوع الدراسة**: (دراسة وصفية)، **منهج الدراسة** (منهج المسح) وليس المنهج الكمي.
- 11- **تحديد حجم عينة الدراسة** (400 مبحوث).

12- إضافة مفاهيم الدراسة: المفاهيم الاصطلاحية من المراجع، المفاهيم الإجرائية بأسلوب الباحث.

الخطوة العاشرة

تأثير التصميمات المضللة في التسويق الرقمي على منصات التجارة الإلكترونية والاشتراكات الرقمية على ثقة المستهلك وقراراته الشرائية

دراسة ميدانية

تركي عوض الشمراني

- 1-الموضوع حديث ومهم.
- 2- **الغلاف** (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي)، (الشهر / فبراير 2026م). الفهرس من اليمين إلى اليسار. وتنسيق النص.
- 3-**المقدمة**: تمهيدية، تحتاج دعمها بمراجع حديثة.
- 4- **الدراسات السابقة: متنوعة وحديثة**، مقسمة إلى محاور وفق متغيرات الدراسة. التعليق عليها كان متميز.
- 5-**التعليق على الدراسات السابقة**: متميز.
- 6-**مشكلة الدراسة: وأهمية** الدراسة: متميزة.
- 7-**فروض الدراسة**: عدم تحديد مستوى الدلالة .
- 8- **مفاهيم الدراسة**: المفاهيم الاصطلاحية من المراجع، المفاهيم الإجرائية بأسلوب الباحث.
- 9- **الإطار النظري للدراسة**: نظريات مناسبة، ولكن (يجب أن يوثق من المراجع).
- 10- **الإجراءات المنهجية للدراسة**: إضافة **نوع الدراسة**: (دراسة وصفية)، **منهج الدراسة** (منهج المسح) وليس المنهج التحليلي.
- 12 -توثيق **المراجع** بطريقة Apa أبجدياً.

الخطة الحادية عشر

The Role of A/B Digital Marketing Testing for Increasing the Online Sales in Saudi Arabia

حمزة بن شعيب

1-الموضوع حديث ومهم.

2- **الغلاف غير واضح** (خطبة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي)، (الشهر / فبراير 2026م). الفهرس من اليمين إلى اليسار.

3- **المقدمة**: تمهيدية، تحتاج دعمها بمراجع حديثة لأن المراجع قديمة نسبياً.

4- **الدراسات السابقة**: متنوعة وحديثة، لا تعرض في جدول.

5- **فروض الدراسة**: والنموذج متميز .

6- **حذف Research plan**.

الخطة الثانية عشر

تأثير مؤشرات الأداء في الإعلانات المدفوعة على جودة القرار التسويقي

دراسة ميدانية تحليلية

على عينة من المسوقين السعوديين

خالد عبدالله سلطان السبيعي

- 1-الموضوع حديث ومهم. تحديد نوع الشركات أو المنتجات.
- 2- **الغلاف** (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي)، (الشهر / فبراير 2026م). الفهرس من اليمين إلى اليسار. تنسيق النص.
- 3-**المقدمة**: تمهيدية، تحتاج دعمها بمراجع علمية حديثة.
- 4- **الدراسات السابقة: متنوعة وحديثة، كتابة عنوان المحور الأول**. التعليق عليها كان متميز.
- 5-**التعليق على الدراسات السابقة**: متميز.
- 6-**مشكلة الدراسة: وأهمية الدراسة**: متميزة.
- 7- **مفاهيم الدراسة**: تقسم إلى المفاهيم الاصطلاحية من المراجع، المفاهيم الإجرائية بأسلوب الباحث.
- 8- **الإطار النظري للدراسة** (يجب أن يشير إلى النظرية العلمية المستخدمة)، ويختلف عن الإطار المعرفي (الأسس العلمية من المراجع).
- 9- **الإجراءات المنهجية للدراسة: منهج الدراسة** (منهج المسح) وليس المنهج التحليلي.
- 11 - **المراجع** (ترتب أبجدياً).

الخطة الثالثة عشر

تأثير تسويق المؤثرين التسويق عبر المؤثرين في التكتوك على تيك توك Tik Tok على القرار الشرائي

للمستهلك السعودي

دراسة ميدانية

الشيخه الزعاقبي

1-**الغلاف** (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي)، (الشهر / فبراير 2026م). الفهرس من اليمين إلى اليسار.

2- تنسيق النص. حذف الملخص.

3-**المقدمة**: مختصرة للغاية، تحتاج دعمها بمراجع علمية.

4-**مشكلة الدراسة**: وتساؤلات الدراسة تحتاج إعادة صياغة بشكل أعمق وأوضح

5- **أهمية الدراسة**: تأتي بعد مشكلة الدراسة مباشرة. تحتاج إعادة صياغة بشكل أعمق وأوضح

6- **الدراسات السابقة**: مختزلة وغير ملائم طريقة عرضها ولا عددها .

7-**التعليق على الدراسات السابقة**: مختزل للغاية.

8- **الإطار النظري للدراسة** (يجب أن يشير إلى النظرية العلمية المستخدمة)، ويختلف عن الإطار المعرفي (الأسس العلمية من المراجع).

9- **الإجراءات المنهجية للدراسة**: نوع الدراسة (وصفية)، منهج الدراسة (منهج المسح) ، مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، أداة جمع البيانات.

10- **مفاهيم الدراسة**: تقسم إلى المفاهيم الاصطلاحية من المراجع، المفاهيم الإجرائية بأسلوب الباحث.

11- **المراجع** (ترتب أبجدياً) توثق بشكل غير سليم.

ثانياً تعليقات دكتور معتز نبيل

الخطوة الرابعة عشر

تأثير الحلول الرقمية لإدارة البيانات على نمو التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية

دراسة ميدانية

أحمد محمد ربيع

1- **الغلاف**: لا يتم ترقيم الغلاف

2- تنسيق النص. يوجد فراغات كبيرة بين الفقرات، و يجب تمظيم وتنسيق الكلام بشكل افضل

3- **المقدمة**: الموضوع هام جدا و العنوان مميز للغاية.

4- **تساؤلات** الدراسة تحتاج إعادة صياغة بشكل أعمق وأوضح.

5- **أهمية** الدراسة: دراسة قيمه جدا

6- **الدراسات السابقة**: غير مرتبة طبقا للانتاج العلمي.

7- **التعليق على الدراسات السابقة**: غير مرتبة.

8- **الإطار النظري للدراسة** كان من الممكن وضع التساؤل ال 3+ 4 في صورة فرض من فروض الدراسة لتقوية الجزء العملي و الميداني.

9- **التعريفات** (لا يوجد اي تعريفات اجرائية)

10- **المجال الزمني**: أختيار المجال الزمني من 2025 ل 2026 هذ غير منطقي يمكن اختيار مجال زمني اقصر لقبوله للقياس

الخطة الخامسة عشر

دور تبني القضايا الإنسانية في التسويق الإلكتروني على صورة العلامة التجارية: دراسة حالة شركة زين للاتصالات لدعم القضايا الإنسانية

دراسة ميدانية

نعمة تمام أحمد

- 1- **ترقيم الصفحات :** لا يوجد ترقيم للصفحات
- 2- **المقدمة و العنوان:** العنوان مهم للغاية (شركه زين)
- 3- **مشكلة الدراسة:** كبيرة جدا تحتاج تقليل واختصار بعض الكلمات، و يتم بلورة المشكله البحثيه للقارئ لتكون أوضح.
- 4- **أهمية الدراسة:** دراسة قيمه جدا واختيار الموضوع رائع
- 5- **الدراسات السابقة:** ترتيب الدراسات السابقه من الاحداث للأقدم موجود بشكل احترافي.
- 6- **أهداف الدراسة** رائعة
- 7- **التعريفات (التعريفات الاجرائية و البحثية رائعة)**
- 8- **حجم العينة (غير موجود)** يجب أن يحدد من خلال موضوع البحث، يمكن الحصول على العينة من الصفحات التواصل الاجتماعي الرسمية لشركه زين (

الخطة السادسة عشر

دور التسويق بالمحتوى الصحي في بناء الثقة بالعلامة التجارية للمنشآت

الطبية: دراسة تحليلية

مهذ الكحلوت

- 1- **الغلاف** (صفحه الغلاف لا تأخذ ترقيم)
- 2- **المقدمة و العنوان:** موضوع مهم جداً
- 3- **أهمية الدراسة:** دراسة قيمه جداً واختيار الموضوع رائع
- 4- **الدراسات السابقة:** لا يوجد ترتيب دراسات سابقة و يجب ترتيبهم الموضوع هام للغاية.
- 5- **الإطار النظري للدراسة** (أكثر من رائع فكره الموضوع به تحدي)
- 6- **التنسيق:** ليس الأفضل يرجى إعادة التنسيق
- 7- **قائمة المراجع** يجب أن ترتب أبجدياً

الخطة السابعة عشر

أثر استراتيجيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على قرار الشراء لدى

: دراسة ميدانية Z ج

جهاد أحمد الروبي

1- الغلاف (صفحة الغلاف لا تأخذ ترقيم)

2- المقدمة و العنوان: موضوع مهم جداً و رائع

3- أهمية الدراسة: دراسة قيمه جدا واختيار الموضوع رائع

4- الإطار النظري للدراسة: فكره البحث تحتاج إلى المزيد من التحديد، و العنوان عريض يحتاج إلى قياس التأثيرات علي الدراسة الميدانية، وهو ما لم يتم تحديده داخل الاطار النظري، ولا يوجد تأثيرات سلوكية أو معرفية اضيفت علي البحث، ويجب قياس قرارات الشراء للحصول علي نتائج دقيقة.

الخطوة الثامنة عشر

فاعلية التسويق الرقمي المعتمد على البيانات في تحسين الأداء التسويقي لقطاع

المعدات الثقيلة بالسوق السعودي

دانية الخطيب

- 1- **الغلاف** (صفحة الغلاف لا تأخذ ترقيم)
- 2- **المقدمة و العنوان: B2B** وهو ما يتميز بالاختلاف وعنوان دراسي جديد.
- 3- **أهمية الدراسة:** دراسة قيمه جداً واختيار الموضوع رائع.
- 4- **الإطار النظري للدراسة:** استخدمت في الاطار النظري تحليل STP وهو ما يعد هام للغاية
- 5- **يجب ترتيب الدراسات السابقة** من الأحدث للأقدم غير.
- 6- **الفترة الزمنية للاستبيان** غير موضحة .
- 7- **حجم العينة** غير موجود.
- 8- **لا يوجد ترقيم للصفحات.**
- 9- **قائمة المراجع** يجب أن ترتب أبجدياً.

الخطة التاسعة عشر

دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في زيادة مبيعات المتاجر الإلكترونية السعودية

رانداء يوسف الريمي

- 1-المقدمة و العنوان: الموضوع جذاب و مهم
- 2- أهمية الدراسة: دراسة قيمه جداً واختيار الموضوع رائع
- 3- ترتيب الدراسات السابقة اجمالي عدد الدراسات السابقة قليل للغاية 3 دراسات فقط.
- 4-يجب تنسيق و ترتيب الصفحات.
- 5-لا يوجد ترقيم صفحات.
- 6- قائمة المراجع 13 مرجع فقط و غير مرتبة،و يجب كتابة اسم الباحث و المؤلف و عنوان البحث و وإذا كانت منشورة أم غير منشورة.

الخطة العشرون

دور الاعلانات المخصصة بالذكاء الاصطناعي في تعزيز قرارات الشراء لدى

المستهلك السعودي: دراسة ميدانية

عبير عبد العزيز

1-الغلاف (صفحة الغلاف لا تأخذ ترقيم)

2-المقدمة و العنوان: الموضوع مهم جداً

3- أهمية الدراسة: فروض الدراسة رائعة

4- الدراسات السابقة 17 دراسة مجهود يحترم ودراسات اكثر من رائعة فروض الدراسة رائعه متسقة

5-مفاهيم اجرائيه و اصطلاحيه مهمة

6-لا يوجد اي ملاحظات الدراسة أكثر من رائعه

7-ترتيب ابجدي موجود

8-الاطار النظري و المنهجي اكثر من رائع

الخطة الواحد و عشرون

Dependence on Artificial Intelligence Agents in Digital Marketing for Saudi Brands: A Field Study on Marketers

هبة أحمد سعد

- 1- **المقدمة و العنوان:** مقدمة جيدة ومشكلة بحثية جيدة و العنوان جيد للغاية
- 3- مشكله بحثيه جيدة
- 4- **الإطار النظري للدراسة:** الموضوع صغير، يحتاج لمزيد من الشرح
- 5- **قائمه المراجع** في الصفحه الاخير ه 5 مراجع فقط، يجب تزويدهم حتى يتم فهم وشرح الموضوع بشكل اعمق