

مهارات بحثية 2
المهمة الثانية
نورة مبارك البقمي
اشراف أ. د/ أميرة جادو



عنوان الرسالة

**أثر التسويق الرقمي على فاعلية التجارة الإلكترونية الدولية:
دراسة حالة / شركة سماح للمقاولات**

الموقع الإلكتروني للرسالة

<https://0810gdpsp-1105-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/1357947>



أثر التسويق الرقمي على فاعلية التجارة الإلكترونية الدولية (دراسة حالة / شركة
سماح للمقاولات).

**The impact of digital marketing on the
effectiveness of international e-commerce (case
study / Samah Contracting Company).**

إعداد الطالبة صفا " محمد تيسير " محمد خير" الأرنؤوط

بإشراف الدكتور: حمزة الحوامدة

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص
إدارة الأعمال الدولية

عمادة البحث العلمي والدراسات العليا

جامعة جرش

2023/2022 م

أثر التسويق الرقمي على فاعلية التجارة الإلكترونية الدولية: دراسة حالة / شركة سماح للمقاولات

العنوان جيد يعبر عن أثر متغير مهم تم تناولة في الآونة الأخيرة بالبحث والتحليل ، وهو التسويق الرقمي وفاعلية التجارة الإلكترونية. أرى أن كلمة أثر تحتاج إلى دراسة طويلة مقارنة من بدء التسويق الرقمي. كما أن دراسة الحالة ، لا تعمم نتائجها لأن احتمال وجود عناصر أخرى قد تؤثر على الفاعلية.

يمكن اقتراح عنوان آخر
فاعلية التجارة الإلكترونية الدولية وعلاقتها بالتسويق الرقمي.

المقدمة ضعيفة لم تتناول متغيرات الدراسة بوضوح ولم تعبر عن المشكلة المراد دراستها، هي مجرد ثلاث فقرات عن التسويق الرقمي، أين المتغير الآخر للدراسة (التجارة الإلكترونية) ولم يتضح في المقدمة مجتمع الدراسة والمحددات (شركات المقاولات) الفقرة الثانية غير موثقة (أين المرجع)

هناك العديد من الأخطاء الإملائية
ضعف الصياغة اللغوية.

لم يراعي التنسيق (خمس مسافات بداية الفقرة)
لا يوجد ترابط بين الفقرات ، ولا تسلسل من الأفكار
يمكن أولاً الحديث عن التطور التكنولوجي، التسويق، التسويق الرقمي، التجارة الإلكترونية (من العام إلى الخاص)

عرض الباحث المشكلة البحثية في البداية في فقرة تحتاج إلى ترتيب وإعادة صياغة، ولم يتطرق لنتائج دراسات سابقة توضح المشكلة البحثية ، ولم يقوم بدراسة استطلاعية لتوضيح المشكله ، إنما اكتفى بالملاحظة كونه يعمل بالشركة.

تم صياغة المشكلة البحثية ف صورة تساؤلات

تساؤل رئيسي ما أثر التسويق الرقمي بجميع أبعاده (الموقع الالكتروني، تسويق المحتوى، الإعلانات الرقمية، البريد الإلكتروني، سهولة استخدام الموقع الإلكتروني) ف فاعلية التجارة الإلكترونية الدولية (ببعبها جودة الخدمات، توقعات الزبائن) في شركات السماح للمقاولات في الأردن والسعودية؟
وانبثق منه عدة تساؤلات فرعية

1- ما مستوى التسويق الرقمي بجميع أبعاده (الموقع الالكتروني، تسويق المحتوى، الإعلانات الرقمية، البريد الإلكتروني، سهولة استخدام الموقع الإلكتروني) ف فاعلية التجارة الإلكترونية الدولية (ببعبها جودة الخدمات، توقعات الزبائن) في شركات السماح للمقاولات في الأردن والسعودية.
ما مستوى فاعلية التجارة الإلكترونية الدولية ببعبها (جودة الخدمة، توقعات الزبائن) في شركة السماح للمقاولات في الأردن والسعودية؟

أرى أن التساؤلات الفرعية كان يجب أن تكون:
ما مستوى التسويق الرقمي بجميع أبعاده (الموقع الإلكتروني، تسويق المحتوى، الإعلانات الرقمية، البريد الإلكتروني، سهولة استخدام الموقع الإلكتروني) في شركات السماح للمقاولات في الأردن والسعودية؟

ما مستوى فاعلية التجارة الإلكترونية الدولية ببعديها (جودة الخدمة، توقعات الزبائن) في شركة السماح للمقاولات في الأردن والسعودية؟

ما العلاقة بين التسويق الرقمي بجميع أبعاده وفاعلية التجارة الإلكترونية.....؟

هناك أخطاء املائية



خداوند