

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع
دور التحول الرقمي في تطوير استراتيجيات التسويق في الشركات بمدينة
الرياض

أسم الطالب
رزان محمد هزاع

مشروع تخرج- 1
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د. عبدالرحيم نادر
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

2025

جدول المحتويات

3	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
4	1.1. المقدمة:
5	1.2. مشكلة الدراسة
5	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
5	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
5	1.3. أهمية الدراسة
6	1.3.1. على المستوى النظري:
6	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
6	1.4. أسئلة الدراسة
6	1.5. أهداف الدراسة
6	1.6. فرضيات الدراسة
6	1.7. نموذج الدراسة
7	1.8. منهجية الدراسة
7	1.9. الدراسة الميدانية
7	1.10. مخطط المشروع المقترح
8	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
9	2.1. المقدمة:
9	2.2. المتغير المستقل
9	2.3. المتغير التابع
9	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
10	2.5. الخاتمة
10	قائمة المراجع

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

يشهد العالم تغيرًا رقميًا سريعًا أعاد تشكيل مشهد الأعمال، خاصة في مجال التسويق. وفي مدينة الرياض، المركز الاقتصادي للمملكة العربية السعودية، يجب على الشركات أن تتبنى التحول الرقمي لتعزيز قدرتها التنافسية وتقديم خدمات أكثر تخصيصًا وكفاءة. هذا التغيير يُعد ضروريًا في مجال إدارة الأعمال وإدارة المشاريع، حيث يُتيح استخدام أدوات مثل تحليلات البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي لاتخاذ قرارات تسويقية أفضل. (Alalwan, 2023)

في العقود السابقة، اعتمدت الشركات على أساليب التسويق التقليدية مثل الإعلانات المطبوعة والتلفزيونية. ومع ذلك، فقد أدت التطورات التكنولوجية إلى ظهور أدوات رقمية أكثر تفاعلية غيرت بشكل كبير طريقة تواصل الشركات مع العملاء وفهم عاداتهم الشرائية. كما ساهمت الجهود الحكومية مثل رؤية السعودية 2030 في تسريع التحول الرقمي من خلال دعم البنية التحتية التكنولوجية وتشجيع القطاع الخاص على تبني نماذج أعمال رقمية أكثر كفاءة (Ministry of Communications and Information Technology, 2022). (Alzahrani & Alghamdi, 2021)

على الرغم من هذه التطورات، لا تزال هناك فجوات في الأدبيات المحلية حول كيفية تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات التسويق في مدينة الرياض، خاصة بالنسبة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة. وتُظهر الأبحاث أن هذا القطاع غالبًا ما يفتقر إلى الموارد والخبرات اللازمة للاستفادة الكاملة من الأدوات الرقمية مقارنةً بالشركات الكبرى. (Alshehri et al., 2020) كما يرى بعض الباحثين أن استخدام التكنولوجيا قد يكون سطحيًا في بعض الأحيان ولا يؤدي إلى تحسينات حقيقية في الأداء التسويقي، مما يثير القلق بشأن فعالية هذه الاستراتيجيات. (Alghamdi, 2023)

1.2. مشكلة الدراسة

رغم التقدم التكنولوجي والرقمي الذي تشهده المملكة العربية السعودية، وخاصة في مدينة الرياض، في إطار رؤية 2030، لا تزال العديد من الشركات تعتمد على استراتيجيات تسويقية تقليدية، مما يحد من قدرتها التنافسية في السوق الرقمي وتكمن المشكلة الرئيسية في غياب الفهم الواضح لكيفية مساهمة التحول الرقمي في تحسين الاستراتيجيات التسويقية، بالإضافة إلى نقص وجود إطار نظري وتطبيقي واضح لاستخدام الأدوات الرقمية بشكل فعال.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

1. نقص في الأدبيات العربية التي تستكشف العلاقة بين مكونات التحول الرقمي، مثل الذكاء الاصطناعي، وتحليلات البيانات، والأتمتة، واستراتيجيات التسويق الحديثة في سياق المملكة العربية السعودية.
2. غياب إطار نظري يربط بين التحول الرقمي والمزيج التسويقي (4Ps) في السياق المحلي، مما يصعب تطوير وتنفيذ استراتيجيات تسويق رقمية فعالة تتناسب مع السوق السعودي.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

1. هناك قلة في الدراسات الميدانية التي تقيس مستوى تبني التحول الرقمي فعليًا داخل الشركات في مدينة الرياض.
 2. يوجد نقص في مؤشرات التقييم الواضحة التي تُستخدم لقياس مدى نجاح استراتيجيات التسويق الرقمي في الشركات السعودية.
 3. كما أن هناك ندرة في دراسات الحالة الموثقة والتجارب المحلية الفعلية المرتبطة بالتسويق الرقمي والتحول الرقمي في السياق السعودي.
- ما هو دور التحول الرقمي في تطوير استراتيجيات التسويق في الشركات بمدينة الرياض؟

1.3. أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تساعد صناع القرار ومديري المشاريع على فهم العلاقة بين التحول الرقمي واستراتيجيات التسويق. كما تقدم توصيات تتناسب مع السوق المحلي في الرياض، وتساهم في تطوير نماذج تسويق رقمي تتماشى مع واقع الشركات السعودية (Alalwan 2023).

1.3.1. على المستوى النظري:

1. تسهم في سد فجوة معرفية من خلال إنشاء إطار علمي يوضح كيفية ارتباط التحول الرقمي باستراتيجيات التسويق.
2. تُقدم رؤية مترابطة لمكونات التسويق الرقمي داخل البيئة السعودية، مع الإسهام في تحسين وتطوير المحتوى العربي في هذا المجال.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

1. توجيه الشركات في الرياض لتطوير استراتيجيات تسويق حديثة تعتمد على تقنيات رقمية فعّالة.
2. دعم صناع القرار في استخدام أدوات التحول الرقمي مثل الذكاء الاصطناعي، وأنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM)، وتحليل البيانات لتحسين التفاعل مع العملاء.
3. تقديم توصيات عملية تناسب بيئة العمل في المملكة العربية السعودية.

1.4. أسئلة الدراسة

1.5. أهداف الدراسة

1.6. فرضيات الدراسة

1.7. نموذج الدراسة

1.8. منهجية الدراسة

1.9. الدراسة الميدانية

1.10. مخطط المشروع المقترح

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

قائمة المراجع

- Alalwan, A. A. (2023). *Digital marketing transformation and customer engagement: A Middle Eastern perspective*. Journal of Business Research, 159, 113682.
- Alzahrani, S., & Alghamdi, A. (2021). *The impact of digital transformation on marketing strategy: Evidence from Saudi firms*. International Journal of Innovation and Technology Management, 18(6).
- Ministry of Communications and Information Technology (MCIT). (2022). *Saudi Digital Economy Report*. Retrieved from: <https://www.mcit.gov.sa>
- Alshehri, F. M., Alqurashi, R., & Alotaibi, S. (2020). *Barriers to digital transformation in SMEs in Saudi Arabia*. Journal of Small Business and Enterprise Development, 27(5), 747–763.
- Alghamdi, N. (2023). *Digital adoption vs. strategic integration: Exploring marketing performance in Saudi companies*. Arabian Journal of Management, 9(1), 45–61.
- https://shak.journals.ekb.eg/article_290658_d9d18a0ae2eef8008622e3941558f9ad.pdf
- <https://insightss.co/blogs/digital-transformation-issues-in-saudi-arabia/>
- <https://www.researchgate.net/publication/366465625> التحول الرقمي وعلاقته بالتسويق الرياضي في الاندية الرياضية
- <https://www.researchgate.net/publication/390089782> The Growth of Digital Marketing for E-Commerce in Saudi Arabia E-Marketing Strategies of Electronic Commerce Companies in KSA
- <https://aviaanaccounting.com/> التحول الرقمي - يبدأ من هنا - أبحاث - الس

