

جدول أعمال السيمينار

تحت إشراف/ د.مهيتاب الرفاعي

الفصل الدراسي الثالث ٢٠٢٥

العميد الأكاديمي/

د.شيرين كدواني

بيانات العناوين البحثية

اجمالي عدد الطلاب: ١٤ طالب

اجمالي عدد الخطط البحثية: ١٣ خطة

اجمالي عدد المجموعات: ٠

اجمالي عدد الخطط الفردية: ١٣ خطة

من تخلفوا عن التسليم : ١

المحاور الرئيسية للعرض:

❖ كلمة افتتاحية للدكتور/مهيتاب الرافعي.

❖ مناقشة المجموعة الأولى التي تتضمن ٧ خطط بحثية (د/شيرين فاروق).

❖ مناقشة المجموعة الثانية التي تتضمن ٦ خطط بحثية (د/أحمد شفيق).

❖ كلمة ختامية للدكتور/مهيتاب الرافعي.

تحية طيبة وبعد...

مقدم لسيادتكم ملخص حول العرض التقديمي للسينار الرابع لقسم الإعلام الرقمي لكلية الإعلام والتسويق المحدد يوم الأربعاء الموافق ١٩ نوفمبر ٢٠٢٥ في تمام الساعة ٦:٣٠ مساءً بتوقيت مكة المكرمة.

يتضمن السينار ١٣ خطة بحثية للمناقشة باستضافة اثنين من أعضاء هيئة التدريس في تخصص الاعلام الرقمي، حيث يكلف كل عضو هيئة تدريس بمناقشة عدد من الخطط بحثية في غضون ٥ دقائق لكل باحث/مجموعة، وذلك من خلال عرض الخطة البحثية من قبل عضو هيئة التدريس لكل باحث/مجموعة منسوبة إليه وذكر ملخص سريع بالتعليق على كل خطة لكل باحث.

ويتضمن ترتيب عرض الحضور كالآتي:

المناقش الأول: د.شيرين فاروق.

المناقش الثاني: د.أحمد شفيق.

ومرفق لسيادتكم جدول بالخطط البحثية والباحثين المنسوبة لكل عضو هيئة تدريس.

م	اسم الطالب	عنوان البحث	المناقش
١	دخيل محمد دخيل عطوان	تقييم فعالية الحملات الإعلامية الرقمية الحكومية دراسة حالة المملكة العربية السعودية التعليقات: بعد مراجعة عنوان دراستك تقييم فعالية الحملات الإعلامية الرقمية الحكومية في تعزيز الوعي المجتمعي: دراسة حالة المملكة العربية السعودية، يتضح اختيارك لموضوع مهم ومرتبط بشكل مباشر بالتحويلات الرقمية التي تشهدها الجهات الحكومية في المملكة. وقد أظهر العنوان وضوحاً في تحديد طبيعة الدراسة وإطارها الجغرافي، كما يوضح تركيزك على تقييم الفعالية وهو منهج تقويمي شائع في الدراسات الإعلامية المعاصرة. ومع ذلك توجد مجموعة من الجوانب العلمية التي تحتاج إلى ضبط أكبر لكي يصبح العنوان	د/شيرين فاروق

الجانب الأول يتعلق باتساع نطاق العنوان. فمصطلح الحملات الإعلامية الرقمية الحكومية واسع جدا ويشمل عددا كبيرا من المجالات مثل الصحة والمرور والتعليم ومكافحة الشائعات والأمن السيبراني وغيرها. هذا الاتساع قد يجعل عملية القياس صعبة وقد يضعف القدرة على الوصول إلى نتائج دقيقة. من الأفضل تحديد مجال أو قطاع حكومي معين، أو اختيار حملة محددة كنموذج للدراسة. أما النقطة الثانية فتتعلق بغياب تحديد الوسائل الرقمية المستخدمة. فالتقييم قد يختلف تماما إذا كانت الحملات تعتمد على منصة تويتر أو سناپ شات أو الإعلانات المدفوعة أو المنصات الحكومية الرسمية. وضوح الوسيلة الرقمية عنصر أساسي في ضبط العنوان والمنهج. كما يحتاج العنوان إلى تحديد نوع الفعالية المراد قياسها، سواء كانت ارتفاع الوعي أو التفاعل أو تغيير السلوك أو تحسين الصورة الذهنية، حتى تصبح الدراسة قابلة للقياس بناء على متغير محدد.

ورغم أن العنوان صالح من الناحية الأكاديمية، إلا أنه ليس بالشكل الأمثل ويستفيد كثيرا من مزيد من التحديد. ويمكن تطويره إلى شكل أكثر دقة من خلال التركيز على زاوية محددة تعزز قوة البحث.

فيما يتعلق بالصياغة العامة للنص، تحتاج الدراسة إلى ضبط الهوامش وترك مسافة بادئة في بداية كل فقرة، إلى جانب مراجعة علامات الترقيم وتنقيح الأخطاء اللغوية والإملائية والنحوية لضمان اتساق العرض الأكاديمي. كما يفضل جمع الأهداف المرتبطة بالحملات الإعلامية الرقمية في المملكة داخل فقرة واحدة تتضمن مصادر موثقة تشير إلى تلك الأهداف، بحيث تركز الفقرة على أساس علمي واضح.

في المقدمة، من المفيد دائما البدء بعرض عام يشرح سياق التحول الرقمي ثم الانتقال تدريجيا إلى موضوع الحملات الحكومية، قبل الإشارة إلى مشكلة الدراسة وأهميتها. كما يجب أن تتضمن المقدمة إحياء واضحا بآلية إجراء الدراسة والأدوات المتوقعة استخدامها، حتى يحصل القارئ على صورة شاملة منذ البداية.

أما فيما يتعلق بصياغة مشكلة الدراسة، فقد وردت بصياغة تشبه نتائج بحثية وليست مشكلة بحثية، إذ تفترض مسبقا أن الحملات الإعلامية الرقمية الحكومية في المملكة ضعيفة. إذا كانت

هذه المعلومة واردة في مرجع علمي، فيجب الإشارة إليه بوضوح، أما إذا لم توجد دراسة تؤكد هذا فلا ينبغي طرحها بهذه الطريقة. المشكلة العلمية يجب أن تنبع من فجوة حقيقية في الأدبيات أو من تغيرات تقنية فرضت تحديات جديدة، وتنتهي بصياغة واضحة في جملة تقريرية أو سؤال بحثي يعبر عن المتغيرات الأساسية دون أحكام مسبقة.

وفيما يخص الدراسات السابقة، من الضروري تقسيمها إلى محاور تغطي عناصر العنوان، مثل: دراسات تقييم الحملات، الدراسات حول الوعي المجتمعي، ودراسات الإعلام الرقمي الحكومي. كما يجب عرض كل دراسة وفقا للمنهج العلمي المتعارف عليه، بدءا باسم المؤلف وعنوان الدراسة وسنة النشر، ثم أهدافها ومنهجيتها وأدواتها ونتائجها. وقد تضمن النص بعض الدراسات البعيدة عن محور الموضوع، لذا يفضل الرجوع إلى دراسات أكثر ارتباطا بالوعي المجتمعي وتقييم الحملات الحكومية الرقمية. كما يجب إضافة تعليق علمي يوضح كيفية الاستفادة من الدراسات السابقة وما الذي ستضيفه دراستك مقارنة بها.

الإطار النظري الحالي أقرب إلى فصل معرفي وليس إطارا نظريا متكاملًا. فالإطار النظري يستند عادة إلى نظرية أو أكثر لها فروض علمية أو مبادئ رئيسية يمكن من خلالها تفسير الظاهرة. من المفيد اختيار نظرية في الاتصال الرقمي، أو نظرية في الحملات الاتصالية، أو نموذج من نماذج التأثير، وربط الدراسة بها.

الجانب المنهجي يحتاج أيضا إلى مزيد من التوضيح. يجب تحديد مجتمع الدراسة بدقة، وحجم العينة، ومبررات اختيارها، إضافة إلى تحديد أدوات القياس وكيفية تطبيقها. هذه التفاصيل ضرورية لأنها تمثل العمود الفقري للدراسة وأساس صلاحيتها العلمية.

أخيرا تحتاج قائمة المراجع إلى إعادة تنسيق كاملة وفقا لنظام توثيق أكاديمي معتمد مثل APA ، إضافة إلى تضمين مراجع علمية أكثر حداثة، سواء عربية أو أجنبية، لضمان قوة الأساس العلمي للدراسة.

د/شيرين فاروق	٢ زكريا مرزوق البشري دور الإعلام الرقمي في بناء القيادة الاتصالية لدى المتحدثين الرسميين في الجامعات السعودية: دراسة تحليلية على النماذج القيادية البارزة التعليقات: بعد مراجعة خطتك البحثية حول دور الإعلام الرقمي في بناء القيادة الاتصالية لدى المتحدثين الرسميين في الجامعات السعودية، يتضح من خلال عملك وعي قوي بالسياق الاتصالي الجديد، إضافة إلى جهد واضح في جمع الدراسات السابقة وصياغة الإطار النظري. ومع ذلك توجد مجموعة من الملاحظات التي ستسهم في رفع جودة الخطة وجعلها أكثر دقة وتركيزاً. أولاً: العنوان: العنوان يعبر عن موضوع البحث ويحدد المتغيرات والفئة والمجال بوضوح، إضافة إلى ارتباطه بالقيادة الاتصالية داخل الجامعات السعودية. إلا أنه طويل ويمكن اختصاره، كما أن عبارة "النماذج القيادية البارزة" بحاجة إلى تحديد دقيق لضمان وضوح التصنيف والمعايير. إعادة صياغته بشكل أقصر وأكثر تركيز ستجعله علمياً ومباشراً. ثانياً: المقدمة: قدمت مقدمة قوية تعكس فهماً عميقاً للسياق العالمي والمحلي، وتوضح مكان الجامعات داخل مسار التحول الرقمي، وتبرز دور المتحدث الرسمي بوصفه قائداً اتصالياً. كما نجحت في تحديد فجوة معرفية حقيقية. ومع ذلك، فإن مقدمة الخطة طويلة وتحتوي على بعض التكرار، خاصة عند الحديث عن نقص الدراسات. سيكون من الأفضل اختصارها مع الحفاظ على جوهرها العلمي. ثالثاً: الدراسات السابقة: أظهرت تغطية واسعة وممتازة للدراسات العربية والأجنبية، وحرصت على تحليلها وليس سردها، وهو ما يعطي الخطة قوة واضحة. كما نجحت في بيان الفجوة العلمية الناتجة عن التحليل. في المقابل، تحتاج إلى إطار مقارن منظم يبرز بدقة نقاط الاتفاق والاختلاف بين الدراسات، إضافة إلى توضيح ما الذي ستضيفه دراستك مقارنة بما سبق.
--------------------------	---

رابعاً: مشكلة الدراسة:

صياغة المشكلة واضحة وتستند إلى فجوة علمية موثقة، خصوصاً ما يتعلق بغياب نموذج قيادي يفسر دور المتحدث الرسمي رقمياً. ورغم ذلك، توجد مقدمة سردية طويلة قبل الوصول لصياغة المشكلة، ويمكن اختصارها لضمان تركيز أعلى ودقة علمية أكبر.

خامساً: أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية والتطبيقية مكتوبة بشكل جيد ومقسمة ومنظمة، وترتبط موضوع الدراسة برؤية المملكة ٢٠٣٠ بشكل موفق. ورغم ذلك يمكن تقليل حجم هذه الفقرة والتخلص من الأفكار المكررة حتى لا تغطي على بقية عناصر الخطة.

سادساً: الأهداف:

الأهداف محددة وتخدم مشكلة الدراسة مباشرة، وتشمل التحليل والقياس والتفسير وبناء نموذج. ومع ذلك فإن عددها كبير مقارنة بطبيعة الدراسة، ويحتاج الهدف المتعلق ببناء النموذج إلى مبررات منهجية أوضح.

سابعاً: تساؤلات الدراسة:

التساؤلات مكتوبة بوضوح وتعكس أبعاد القيادة الاتصالية الرقمية، وتتناسب مع منهج يجمع بين الكمي والكيفي. ومع ذلك توجد بعض الأسئلة التي تتكرر مع الأهداف، ويمكن دمجها أو صياغتها بطريقة أكثر اختصاراً.

ثامناً: الفروض:

الفروض جيدة ومترابطة مع الإطار النظري، وتمثل انتقالاً من العلاقة الاتصالية الرقمية إلى القيادة. إلا أنها كثيرة، وبعضها أقرب لتحليل نظري وليس فرضاً قابلاً للقياس. يفضل الاكتفاء بثلاثة فروض رئيسية فقط.

تاسعاً: المنهج:

	اختيار منهج "Mixed Methods" مناسب تماما لطبيعة الدراسة. كما أن استخدام تحليل المضمون والمقابلات والاستبانة يعزز من قوة المنهج. ومع ذلك يجب تحديد حجم عينة تحليل المضمون، والفترة الزمنية للتحليل، وسبب اختيار منصة X تحديدا دون غيرها، وذلك لضمان دقة أكبر. عاشراً: الأدوات أدوات الدراسة متنوعة وواضحة، ومحاور المقابلات جيدة. إلا أنك بحاجة إلى تقديم خريطة ترميز دقيقة لتحليل المحتوى، إضافة إلى تحديد الأبعاد أو الفقرات الأولية التي ستشكل الاستبانة. التقييم العام الخطة قوية ومتكاملة، وتصلح لأن تكون أساس رسالة ماجستير متميزة أو حتى أطروحة دكتوراه. الموضوع حديث ومطلوب، والجهد واضح في صياغة الدراسات السابقة والإطار النظري. ومع ذلك تحتاج الخطة إلى اختصار بعض الفقرات، وضبط المتغيرات والمنهج بشكل أدق، وتجنب التكرار في التساؤلات والفروض.	
د/شيرين فاروق	دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل الوصول الى المخدرات بين فئات الشباب دراسة ميدانية التعليقات :- بعد الاطلاع على دراستك حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل الوصول إلى المخدرات بين فئات الشباب، يمكن القول إن موضوع الدراسة مهم وحساس ويعكس وعياً واضحاً بتحديات العصر الرقمي. وقد ظهر جهدك في جمع المادة العلمية وتضمين مصادر دولية حديثة. ومع ذلك، توجد مجموعة من الملاحظات التي ستساعدك في تحسين جودة الدراسة والوصول بها إلى مستوى أكاديمي أقوى. العنوان :- عنوان الدراسة واضح ويحدد المتغيرات الأساسية والفئة المستهدفة، ويعبر عن قضية معاصرة	٣ نسرين عبدالله ميرين

	ذات أهمية مجتمعية. ومع ذلك يحتاج العنوان إلى قدر أكبر من الضبط المنهجي، خصوصاً ما يتعلق بمفهوم تسهيل الوصول إلى المخدرات لأنه مفهوم حساس من الناحية القانونية. كما يفضل تحديد المنصات التي يركز عليها البحث بشكل أكثر دقة المقدمة:- ربطت المقدمة بصورة جيدة بين انتشار شبكات التواصل وتزايد الجرائم الرقمية، واستندت إلى تقارير دولية حديثة وهذا يحسب لك. إلا أن المقدمة طويلة وتحتوي فقرات إنشائية متكررة، كما أنها لا تُظهر الفجوة البحثية بوضوح ولا تقدّم صياغة دقيقة لسياق المشكلة في المملكة. من الأفضل إعادة صياغة المقدمة لتكون أكثر تركيزاً وترابطاً. أهداف الدراسة:- الأهداف التي وضعتها متنوعة وتعكس فهمك لأبعاد الظاهرة. مع ذلك، فبعضها طويل وغير قابل للقياس بشكل واضح، إضافة إلى غياب هدف يحدد مدى انتشار الظاهرة بين الشباب. يفضل إعادة صياغة الأهداف لتكون مختصرة وقابلة للتطبيق الميداني تساؤلات الدراسة:- لا يوجد تساؤل خاص بدور الخوارزميات أو منصات معينة ودورها في انتشار الظاهرة، كما لا يوجد تساؤل يعكس حجم انتشار الظاهرة، فيرجي إضافتهم.	
د/شيرين فاروق	مدى استفادة البنوك الرقمية السعودية من تسويق منتجاتها عبر منصة إكس التعليقات:- أولاً: العنوان العنوان واضح ومباشر، ويحدد البنك المستهدف والمنصة الرقمية والمجال البحثي، وهذا يمنح الدراسة طابعاً تطبيقياً دقيقاً. ومع ذلك يحتاج العنوان إلى قدر أكبر من التحديد، مثل توضيح زاوية التسويق التي سيتم قياسها (الوعي – الثقة – قرار التعامل)، مما يساعد في ضبط المتغيرات البحثية بشكل أدق. ثانياً: المقدمة قدمت مقدمة شاملة تربط بين التحول الرقمي في القطاع المالي السعودي وظهور البنوك الرقمية ودور منصات التواصل في التسويق البنكي. الصياغة قوية وسلسة. لكن المقدمة طويلة جداً وتحتوي على تكرار، كما أنها تفتقر إلى إحصاءات أو بيانات رسمية تدعم أهمية الدراسة. ومن	٤ عبدالمجيد طالب الحديدي

الأفضل تدعيم المقدمة بمراجع، وتقليص حجمها إلى فقرات مركزة تُبرز الفجوة البحثية بشكل أوضح.

ثالثاً: مشكلة الدراسة

الصياغة مباشرة وواضحة، وتُظهر وجود فجوة بحثية حول مدى استفادة بنك فيجن من منصة إكس في تسويق خدماته. وهي نقطة قوة. ومع ذلك كان من الأفضل ربط المشكلة بالدراسات السابقة لإظهار حجم النقص في الأدبيات بوضوح أكبر.

رابعاً: أهداف الدراسة

الأهداف مناسبة ومنسجمة مع تساؤلات الدراسة، وتمت صياغتها بصورة قابلة للقياس. لكن الهدف المتعلق بـ "تقديم توصيات" ليس هدفاً بحثياً، بل نتيجة يتم استخلاصها في نهاية الدراسة، ويمكن تعويضه بهدف علمي مرتبط بقياس جودة المحتوى أو تأثيره.

خامساً: أهمية الدراسة

قدمت الدراسة أهمية علمية وتطبيقية جيدة، خاصة في ظل قلة الدراسات التطبيقية على البنوك الرقمية السعودية.

سادساً: حدود الدراسة

حدود الدراسة واضحة ومحددة بشكل جيد، سواء كانت مكانية أو زمنية أو موضوعية. لكن ينقصها تبرير علمي لاختيار منصة إكس فقط دون غيرها، خاصة مع وجود منصات أخرى تُستخدم بكثافة في التسويق الرقمي البنكي.

سابعاً: المنهجية وأدوات الدراسة

استخدام المنهج الوصفي التحليلي مناسب جداً لطبيعة الدراسة، كما أن الاستبانة أداة جيدة للوصول إلى الجمهور الفعلي لمنصة إكس. ومع ذلك توجد بعض النقاط التي تحتاج للمراجعة:

- حجم العينة (١٠٠ مشارك) قليل وغير ممثل إحصائياً.

		- لم تُذكر مبررات اختيار حجم العينة أو أسلوب العينة المتاحة. - لا توجد دراسة استطلاعية. (Pilot Study) - هناك حاجة إلى إضافة تحليل مضمون لمحتوى بنك فيجن على منصة إكس لأن الدراسة تبحث في "تسويق منتجاته". هذه العناصر ضرورية لتعزيز قوة الدراسة المنهجية. ثامناً: الإطار النظري والدراسات السابقة الإطار النظري يغطي المفاهيم الأساسية بشكل جيد، مثل البنوك الرقمية والتسويق البنكي ومنصة إكس. كما توجد محاولة جيدة لعرض دراسات سابقة عربية. لكن هناك ملاحظات مهمة: - الدراسات قليلة وغير مقسمة إلى محاور بحثية. - غياب الدراسات الأجنبية رغم توفرها بكثرة في موضوع البنوك الرقمية. - عدم استخدام نظرية علمية داعمة. (TAM – ELM – Diffusion of Innovation) - التعليق على الدراسات يحتاج إلى ربط أعمق يظهر إسهام الدراسة الحالية بوضوح. إكمال هذا الجزء سيعطي قوة نظرية أكبر للبحث. تاسعاً: المراجع المراجع قليلة وتحتاج إلى إضافة مصادر عربية وأجنبية حديثة (٢٠٢٢-٢٠٢٤). كما أن أسلوب التوثيق غير مطابق لمعايير APA ويحتاج إلى ضبط كامل.
د/شيرين فاروق	أثر استراتيجيات التسويق الرقمي على الميزة التنافسية لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مدينة الرياض — دراسة ميدانية التعليقات:- أولاً: العنوان:- العنوان واضح ويحدد المتغير المستقل (استراتيجيات التسويق الرقمي) والمتغير التابع (الميزة التنافسية)، كما يوضح المجال المكاني ونوع الدراسة. مع ذلك، يحتاج إلى مزيد من التحديد، خصوصاً في نوع استراتيجيات التسويق الرقمي التي سيتم قياس أثرها. من الأفضل تحديد	هـ غاليه ناصر ياسين

الاستراتيجيات محل الدراسة مثل استراتيجية المحتوى، التسويق عبر المنصات الرقمية، الإعلانات الرقمية، التسويق بالبريد الإلكتروني، أو غيرها من الاستراتيجيات المستخدمة فعليًا في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. هذا التحديد يقوي الإطار النظري ويمنع التشتت في القياس.

ثانيًا: المقدمة :-

المقدمة تتضمن عبارات إنشائية ولا تربط الموضوع بالسياق البحثي.

المطلوب تقديم مقدمة أكاديمية أكثر صرامة تشمل:

١. عرض موجز للتحويل الرقمي في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
٢. بيانات أو مؤشرات حول مستوى استخدام استراتيجيات التسويق الرقمي في السوق السعودي.
٣. إبراز الفجوة البحثية بوضوح، أي المشكلة العلمية أو العملية التي تستدعي الدراسة.
٤. ربط منظم بين التسويق الرقمي والميزة التنافسية وفقًا لأحدث الأدبيات.

ثالثًا: مشكلة الدراسة :-

يُفضل إعادة صياغة مشكلة الدراسة لتكون أكثر تحديدًا وتركيزًا، مثل:
"تتمثل مشكلة الدراسة في عدم وضوح مدى فاعلية استراتيجيات التسويق الرقمي في تعزيز عناصر الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مدينة الرياض، وما إذا كانت هذه الاستراتيجيات تساهم في تحسين رضا العملاء، وجودة الخدمات، ومستوى الابتكار، والسمعة الرقمية لتلك المؤسسات".
هذه الصياغة توضح العلاقات البحثية المتوقعة، وتبرز الحاجة إلى الدراسة.

رابعًا: منهجية الدراسة

هناك ملاحظات منهجية يجب معالجتها:

١. مجتمع الدراسة غير محدد: يجب توضيح نوع المؤسسات، ومعايير تصنيفها كصغيرة أو متوسطة.
٢. العينة: لم يُذكر حجمها أو أسلوب اختيارها، ويجب توضيح الطريقة المتبعة مع مبررات

	علمية. ٣. أدوات جمع البيانات: يجب تحديد ما إذا كانت الأداة استنباطاً أو مقابلة أو تحليلاً رقمياً، مع شرح بنودها، وطرق التحقق من الصدق والثبات. ٤. أساليب التحليل الإحصائي: لا توجد إشارة إلى البرامج أو الاختبارات الإحصائية المستخدمة مثل SPSS ، وهو عنصر أساسي في الدراسات الميدانية. خامساً: الإطار النظري والدراسات السابقة الإطار النظري شبه غائب، وهناك نقص في الدراسات السابقة. يجب تضمين: ١. إطار نظري يشرح مفهوم استراتيجيات التسويق الرقمي، أنواعها، وآليات تطبيقها. ٢. إطار نظري آخر يوضح مفهوم الميزة التنافسية وعناصرها وطرق قياسها. ٣. تلخيص منهجي ونقدي للدراسات السابقة، مع تحديد أوجه الاتفاق والاختلاف، وشرح كيف تستفيد الدراسة الحالية منها. ٤. نظرية علمية مناسبة، مثل نظرية الموارد والقدرات (RBV) أو نظريات التسويق الرقمي المعاصرة. ٥. تعريفات إجرائية واضحة للمتغيرات الأساسية. سادساً: المراجع طريقة التوثيق غير علمية. يجب إعادة توثيق المراجع وفق أحد الأنظمة المعتمدة مثل APA. وينبغي الالتزام بعناصر التوثيق الأساسية: – اسم المؤلف – سنة النشر – عنوان المرجع – دار النشر أو الجهة الأكاديمية – رقم DOI إن وجد	
٦	نوف القويقلي تحليل تأثير استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تخصيص الإعلانات الرقمية على سلوك المستهلك السعودي <u>التعليقات :-</u>	د/شيرين فاروق

أولاً: عنوان الدراسة العنوان مناسب من حيث تحديد المتغيرات الأساسية، لكنه يحتاج إلى مزيد من الدقة، خصوصاً في تعريف نوع أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة. يفضل تحديدها مثل خوارزميات التوصية أو نماذج التنبؤ أو التحليل السلوكي. هذا التحديد يسهل بناء الإطار النظري وصياغة المتغيرات الإجرائية.

ثانياً: المقدمة: المقدمة تفتقر إلى بيانات وإحصائيات رسمية تدعم أهمية الموضوع، خصوصاً من جهات سعودية ذات علاقة. لذا يجب إضافة معلومات حول حجم سوق الإعلان الرقمي في المملكة، وانتشار أدوات الذكاء الاصطناعي في تخصيص الإعلانات، وسبب أهمية دراسة تأثيرها على المستهلك. وينبغي توثيق هذه المعلومات بمراجع حديثة.

ثالثاً: مشكلة الدراسة: لا توجد صياغة واضحة للمشكلة. فالمطلوب صياغة مباشرة تظهر الفجوة البحثية، مثل عدم وضوح تأثير أدوات الذكاء الاصطناعي في تخصيص الإعلانات على سلوك المستهلك السعودي، وما إذا كانت هذه الأدوات ترفع فعالية الإعلان أو تثير مخاوف تتعلق بالخصوصية والثقة. فهذه الصياغة تربط المتغيرات وتبرر إجراء البحث.

رابعاً: أهداف الدراسة: الأهداف مناسبة عمومًا، باستثناء هدف "تقديم توصيات" لأنه ليس هدفًا بحثيًا قابلاً للقياس. لذا يمكن استبداله بتحليل أثر تخصيص الإعلانات على نوايا الشراء، أو قياس مستوى تقبل المستهلك نماذج التنبؤ الآلي.

خامساً: تساؤلات الدراسة: التساؤلات بحاجة لتوسيعها لتشمل عناصر مهمة مثل:

- مستوى تقبل المستهلك لخوارزميات التوصية
- تأثير الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في الإعلانات على مخاوف الخصوصية
- مستوى الثقة في الإعلانات المعتمدة على تحليل البيانات الشخصية

سادساً: الإطار النظري والدراسات السابقة

يوجد نقص كامل في:

–الدراسات السابقة

–الإطار النظري

–النظرية العلمية

		–التعريفات الإجرائية –المراجع العلمية يجب تضمين نظريات مثل TAM و TPB و ELM، ودراسات حديثة عن تخصيص الإعلانات وسلوك المستهلك وخوارزميات التوصية. كما يجب صياغة تعريفات إجرائية واضحة للمتغيرات الأساسية. سابعاً: الجوانب الشكلية توجد مشكلات تنظيمية تشمل عدم ضبط الاتجاه، اختلاف نوع وحجم الخط، غياب الكتابة الأكاديمية، ضعف في الصياغة، وعدم الالتزام بمنهجية توثيق APA. يجب توحيد التنسيق وتصحيح الصياغة قبل التسليم.	
د/شيرين فاروق	٧ صالح ناجي المري	أثر توظيف تقنيات الإعلام الرقمي في تطوير صناعة الأفلام المستقلة: دراسة ميدانية على المخرجين الشباب في المملكة العربية السعودية <u>التعليقات :-</u> 1-عنوان الدراسة العنوان مناسب لكنه طويل نسبياً ويمكن تكثيفه دون فقد المحتوى. العنوان يذكر "أثر توظيف تقنيات الإعلام الرقمي" لكنه لا يحدد أي التقنيات تحديداً، وهذا يحتاج ضبطاً لزيادة الدقة العلمية. 2-المقدمة لم تُدعم المقدمة بإحصاءات أو بيانات سعودية حديثة حول حجم صناعة الأفلام المستقلة لزيادة قوة المبررات العلمية. 3-مشكلة الدراسة مشكلة الدراسة مكتوبة بأسلوب إنشائي أكثر من كونه مشكلة علمية محددة. لا يوجد دليل إحصائي أو مرجع علمي يدعم وجود قصور في استخدام التقنيات لدى المخرجين	

الشباب.

4- أهمية الدراسة

بعض النقاط ليست "أهمية" بل نتائج متوقعة.

يجب إضافة: ما الجديد الذى تقدمه الدراسة مقارنة بالدراسات السابقة؟

5. أهداف الدراسة وتساؤلاتها

يوجد تطابق شبه كامل بين الأهداف والتساؤلات، مما يقلل التنوع العلمي.

الهدف الرئيس غير دقيق: "دراسة أثر" ... دون تحديد أبعاد الأثر أو نوع التقنيات.

بعض الأهداف مثل "تقديم مقترحات" ليست هدفًا بحثيًا بل مخرجًا من مخرجات المناقشة.

6. فروض الدراسة

الفروض عامة جدًا ولا تعتمد على نموذج نظري محدد.

جميع الفروض تشير إلى "أثر ذو دلالة" دون تحديد اتجاه الأثر.

الفرض الأخير حول الفروق بين المخرجين لا يحدد الحدود النظرية للفروق أو سبب تضمين هذه المتغيرات.

7- الدراسات السابقة

الدراسات غير مرتبة منهجيًا (حسب الموضوع).

بعض الدراسات ليست مرتبطة مباشرة بصناعة الأفلام المستقلة، بل بمجالات قريبة.

8- الفجوة البحثية

الفجوة الحالية طويلة لكنها إنشائية أكثر منها تحليلية.

لم تُثبت الفجوة باستخدام مقارنات منهجية واضحة مع الأدبيات.

يُفضل توضيح ما الذي لم تعالجه الدراسات السابقة تحديدًا؟ (Variables, Methods, ...)

	Context).	
	9-الإطار النظري. ينقص الدراسة الإطار النظري (وجود نظرية علمية) موجّهة لخدمة البحث. 10-المنهجية تحديد مجتمع الدراسة بـ ٦٥٠ مخرجًا يحتاج مصدرًا أو مرجعًا. العينة المقترحة (٢٠٠) مناسبة، لكن لا توجد طريقة واضحة لاختيارها أو التحقق من تمثيلها الحقيقي لمجتمع الدراسة. 11-حدود الدراسة الحدود البشرية لا تذكر كيفية التأكد من أن المشاركين "مخرجون شباب بالفعل" 12-قائمة المراجع القائمة جيدة لكنها تحتاج: توحيد نمط التوثيق وفق APA 7 إضافة مراجع أجنبية أكثر تخصصًا في independent filmmaking.	
د/أحمد شفيق	أثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في كفاءة إدارة المحتوى الإعلامي للمؤسسات السعودية: دراسة تحليلية للكفاءة التشغيلية والتكلفة والقبول المهني في المؤسسات الإعلامية بالرياض التعليقات: الايجابيات ١. الموضوع معاصر ومستقبلي، يربط بين الذكاء الاصطناعي (AI) وإدارة المحتوى الإعلامي، وهو ما يجعله إضافة نوعية للأدبيات الأكاديمية. ٢. تم تناول الإشكالية من زوايا متعددة (تقنية، اقتصادية، مهنية)، مما يدل على فهم شامل لأبعاد المشكلة وتأثيرها على المؤسسات الإعلامية. ٣. تحديد المتغيرات التابعة (الكفاءة التشغيلية، التكلفة، القبول المهني) دقيق وقابل للقياس، مما يسهل بناء الفروض وأدوات الدراسة.	٨ مها صالح حسين عايش

		٤. خطة بحث نموذجية من حيث الأهمية والتحديد الدقيق للمتغيرات. ٥. نوصي بضبط حجم الخطة وتحديد أداة الدراسة ومنهجية تحليل البيانات المتوقعة بدقة. السلبيات ١. لم يتم شرح أداة الدراسة (استبيان، مقابلة، إلخ) بشكل واضح ومبرر في الجزء المتاح، مع أن طبيعة المتغيرات تتطلب أدوات قياس دقيقة. ٢. يجب تحديد منهجية تحليل البيانات المتوقعة بشكل أكثر تفصيلاً.	
د/أحمد شفيق	بنان حسن كايا	أثر الاعلام الرقمي في تعزيز قيمة المصادقية في المجتمعات العربية في تركيا التعليقات:- الايجابيات ١. الموضوع أصيل ويتناول قضية مركبة وحساسة (المصادقية في سياق الشتات الإعلامي)، مما يضيف قيمة للأدبيات العربية في مجال الإعلام الدولي. ٢. استعراض نظريات متعددة (نظرية الأطر، نظرية المصادقية، نظرية الاستخدامات والإشباع، نظرية تحديد الأجندة) يدل على فهم عميق للمتغيرات وتعدد أبعادها. ٣. تم تحديد الإشكالية بوضوح حول تراجع دور المؤسسات الإعلامية التقليدية وتأثير ذلك على قيمة المصادقية في ظل تدفق المعلومات. ٤. خطة بحث ممتازة من حيث العمق النظري والأصالة. ٥. يجب إيلاء اهتمام خاص لمنهجية اختيار العينة وتبريرها بدقة عالية نظراً لتعقيد مجتمع الدراسة. السلبيات ١. "المجتمعات العربية في تركيا" عينة شديدة التنوع (جنسيات، خلفيات سياسية، دوافع هجرة)، مما يجعل اختيار العينة الممثلة تحدياً منهجياً كبيراً. ٢. يجب تحديد منهجية واضحة لاختيار العينة (مثل العينة الطبقية أو العنقودية) تضمن تمثيل هذا التنوع، مع تبرير دقيق لاختيار هذه المنهجية. ٣. بعض الأهداف قد تكون عامة قليلاً، يُقترح صياغة الأهداف لتكون أكثر قابلية للقياس، مثل "قياس مستوى ثقة الجمهور العربي في تركيا بمحتوى منصات التواصل الاجتماعي مقارنة بالإعلام التقليدي".	
د/أحمد شفيق	أمل محمد المطيري	(استخدام الإعلام الرقمي في التعليم عن بعد)	

		التعليقات:- الايجابيات ١. الموضوع حيوي وراهن، ويتناول قضية التعليم عن بعد التي أصبحت جزءاً أساسياً من العملية التعليمية. ٢. التركيز على "تجارب الطلاب" يشير إلى توجه نحو منهج كفي أو مختلط، وهو ما يوفر عمقاً في فهم التحديات والفرص. ٣. يجب تحديد نطاق الدراسة بدقة (الجامعة/المنطقة) وتقديم خطة بحث مفصلة تشمل مشكلة البحث، التساؤلات، المنهجية (هل هي دراسة مسحية، دراسة حالة، إلخ)، والإطار النظري المقترح. السلبيات ١. العنوان عام جداً ("طلاب الجامعة")، ويفتقر إلى التحديد الجغرافي أو الزمني أو نوع الجامعة، مما قد يؤثر على تحديد مجتمع وعينة الدراسة. ٢. لا تتوفر تفاصيل عن مشكلة البحث، الأهداف، المنهجية، أو الإطار النظري.	
١١ حسن الشهاني	د/ أحمد شفيق	تأثير التسويق التنبؤي الصوتي عبر المساعدات الصوتية المستندة إلى الذكاء الاصطناعي على نية الشراء لدى المستهلك السعودي المستهدف لمنتجات الدواجن (شركة دواجن فقيه كنموذج مقترح) التعليقات:- الايجابيات ١. الموضوع يتناول أحدث التطورات في التسويق (التسويق الصوتي التنبؤي والذكاء الاصطناعي)، وهو إضافة نوعية للبحوث العربية. ٢. تم تحديد المشكلة بوضوح حول نقص الدراسات التي تتناول هذا النوع من التسويق في السياق السعودي. ٣. تم تحديد المنهج (الوصفي التحليلي) والأهداف والفروض بشكل جيد، مما يدل على وعي	

		منهجي. ٤. خطة بحث ممتازة من حيث الحداثة والأصالة. ٥. يجب التركيز على تفصيل الجانب التطبيقي، خاصة تصميم أداة الدراسة (الاستبيان) بما يتناسب مع قياس نية الشراء المتأثرة بالتسويق الصوتي. السلبيات ١. الخطة تركز بشكل كبير على الجانب النظري والمفاهيمي، ويجب التأكد من أن الجانب التطبيقي (أداة الدراسة وعينة البحث) مصمم بشكل يضمن قياس الأثر السببي. ٢. يجب تبرير اختيار "دواجن فقيه" كنموذج مقترح بشكل أكثر تفصيلاً، وتوضيح كيف سيتم تطبيق التسويق الصوتي التتبوي عليها. ٣. يجب التأكد من أن الفروض قابلة للقياس إحصائياً، وتحديد المقاييس الإحصائية المقترحة (مثل الانحدار أو تحليل المسار) بشكل واضح.
١٢	سنة الغامدي	دور التصميم والإعلام الرقمي في تعزيز الهوية الوطنية السعودية: دراسة تطبيقية على منصة Saudi Vision Designs التعليقات: الإيجابيات ١. الموضوع يربط بين التصميم والإعلام الرقمي وقضية الهوية الوطنية ضمن سياق "رؤية ٢٠٣٠"، مما يجعله ذا صلة مباشرة بالتحول الوطني. ٢. تم تحديد المشكلة بوضوح حول الحاجة لدراسة فاعلية أدوات الإعلام الرقمي والتصميم في تعزيز الهوية الوطنية. ٣. تم تعريف المصطلحات الأساسية (الهوية الوطنية، الإعلام الرقمي، التصميم البصري) بشكل إجرائي، مما يخدم الإطار النظري. ٤. يجب التركيز على دقة أدوات تحليل المحتوى لضمان استخلاص النتائج المتعلقة بالهوية الوطنية بشكل منهجي وعميق. السلبيات ١. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وهو مناسب، ولكن يجب التأكد من أن أدوات التحليل

		(تحليل المحتوى) كافية لتغطية الأبعاد العميقة للهوية الوطنية. ٢. الاقتصار على منصة واحدة ("Saudi Vision Designs") قد يحد من إمكانية تعميم النتائج على الدور الكلي للإعلام الرقمي في تعزيز الهوية. ٣. يُنصح بتعزيز الجانب النظري بدمج نظريات الاتصال البصري مثل نظرية الإدراك البصري أو السيميولوجيا أو المعالجة المعلوماتية لدعم تحليل العناصر البصرية والرموز الوطنية بشكل أعمق.	
د/ أحمد شفيق	١٣ شهد بن دهمش	دور الإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية للرياضة السعودية: دراسة تطبيقية على شركة جولف السعودي التعليقات: الايجابيات ١. الموضوع يلامس "رؤية ٢٠٣٠" والتحول الرياضي في المملكة، مما يمنحه أهمية تطبيقية وعلمية عالية. ٢. تم تحديد متغيرات الدراسة (جودة المحتوى، التفاعل، الشفافية والمصداقية، الهوية البصرية) بشكل منهجي ومناسب لدراسة الصورة الذهنية. ٣. الإشارة إلى نظريات مثل "نظرية الغرس الثقافي" و "نظرية الاستخدامات والإشباعات" تدل على وعي بالإطار النظري المناسب لربط الإعلام الرقمي بالصورة الذهنية. ٤. خطة بحث قوية ومحددة، ينصح بضبط العلاقة بين العنوان ونطاق الدراسة التطبيقية، والتأكد من أن العينة المختارة (جمهور شركة جولف السعودي) تمثل مجتمع الدراسة. السلبات ١. نطاق الدراسة (دور الإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية للرياضة السعودية) واسع جداً بالنسبة لدراسة تطبيقية على "شركة جولف السعودية" فقط. ٢. يجب تبرير اختيار "جولف السعودية" كنموذج يمثل الرياضة السعودية ككل، أو توضيح العنوان ليتناسب مع النطاق التطبيقي. ٣. بعض الفروض قد تحتاج إلى صياغة أكثر دقة لتعكس العلاقة السببية أو الارتباطية بشكل أوضح، مع تجنب الصياغة التقريرية.	

وتفضلوا بقبول وافر الشكر والتقدير