

التكليف الخامس

الباحثة: فاطمة الزهراء هشام

دكتوراه التسويق الرقمي



دراسات نقدية

التكليف الخامس

نقد ورقة بحثية من حيث (أهمية البحث)

الورقة البحثية المختارة:

إسهام التسويق الرقمي في تعديل سلوك المستهلك: دراسة ميدانية لمستهلكي مواد
مستحضرات التجميل بمدينة المسيلة

رابط الدراسة: [https://repository.univ-msila.dz/items/f71c766d-04c8-](https://repository.univ-msila.dz/items/f71c766d-04c8-417a-847e-d88f6273eaf0/full)

[417a-847e-d88f6273eaf0/full](https://repository.univ-msila.dz/items/f71c766d-04c8-417a-847e-d88f6273eaf0/full)

تتناول هذه الدراسة موضوع "التسويق الرقمي" ودوره في التأثير على سلوك المستهلك، مع التركيز على بيئة الأعمال في ظل التحولات الرقمية المتسارعة. تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الأثر الإيجابي لهذه التحولات، وتحليل مدى استفادة المستهلكين من آليات التسويق الرقمي المختلفة، بما في ذلك استخدام المنصات الإلكترونية والتطبيقات الحديثة.

وتستند الدراسة إلى المنهج الوصفي التحليلي، وتسعى إلى تقديم رؤية علمية تسهم في تطوير المفاهيم المعرفية والتطبيقية المرتبطة بالتسويق الرقمي، بما يدعم المؤسسات في بناء استراتيجيات أكثر تنافسية واستجابة لحاجات المستهلك الرقمي

تعد أهمية الدراسة من المكونات الأساسية في أي بحث علمي، إذ تبرز القيمة النظرية والتطبيقية للبحث، وتوضح الإضافة العلمية والمعرفية المتوقعة. كما تساعد في توضيح مدى مساهمة الدراسة في سد فجوات معرفية قائمة، أو تقديم حلول عملية قابلة للتطبيق، مما يعزز مبررات القيام بها ويبرز أصالتها.

أولاً: نص أهمية الدراسة كما ورد في البحث:

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

- ١- دور الرقمنة وما أحدثته من تغييرات إيجابية في قطاع التسويق.
- ٢- حداثة الموضوع وبالأخص الثمرات الناجمة عن التطبيق الجيد للرقمنة
- ٣- أن الموضوع إضافة جديدة ومساهمة بناءة في إثراء المكتبة وتبصير القراء بما أحدثته ثورة الرقمنة في مجال التسويق، خاصة مع النقص الملاحظ في معالجة هذا الموضوع.
- ٤- بيان مدى استفادة المستهلك من التسويق الرقمي.
- ٥- يهتم هذا العمل بكشف واقع استخدام الرقمنة في التسويق الرقمي في تعديل سلوك المستهلك.

نقاط القوة:

١ - حداثة الموضوع ومواكبته للتطورات المعاصرة

يشير الباحث إلى حداثة الموضوع، وهو ما يعكس وعيه بأهمية الرقمنة في قطاع التسويق، وبأهمية دراسة الأثر في ظل التطورات التكنولوجية الراهنة.

٢ - الإسهام في سد فجوة معرفية

أوضح الباحث وجود نقص في الدراسات التي تناولت أثر الرقمنة في التسويق، ما يبرر ضرورة هذه الدراسة كمساهمة في سد الفجوة العلمية.

نقاط القوة:

٣- تأكيد القيمة التطبيقية

ذكرت الأهمية التطبيقية صراحة، حيث ركزت على بيان استفادة المستهلك من التسويق الرقمي، مما يدعم فائدة البحث لصناع القرار ومؤسسات الأعمال.

٤- توسيع المحتوى المعرفي العربي

بيّن الباحث أن هذه الدراسة تُعد "إضافة جديدة" للمكتبة، مما يعزز المحتوى العربي في موضوع معاصر

وحساس.

- نقاط الضعف

١. عدم التعمق في الجانب النظري

لم يتم توضيح بُعد الأهمية النظرية بشكل مفصل، مثل: كيف تساهم الدراسة في بناء نماذج نظرية جديدة؟ أو

دعم الفرضيات العلمية السابقة؟

٢. غياب تحديد الفئات المستفيدة

لم يوضح الباحث بدقة مَنْ هم المستفيدون الرئيسيون من نتائج هذه الدراسة (الشركات، المستهلكون، صناع

القرار...).

- نقاط الضعف

٣. غياب الربط المباشر بالأهداف البحثية

لم يشر الباحث بوضوح إلى كيفية ارتباط الأهمية بالأهداف المحددة في الدراسة، مما يضعف الترابط المنهجي.

٤. قصر النص وقلة التفصيل

نص الأهمية موجز جدًا مقارنة بما هو متوقع في الرسائل الأكاديمية، إذ يفضل في الدراسات العلمية ذكر

الأمثلة، والإضافة التفصيلية، وربطها بالإطار النظري والدراسات السابقة.

- الخلاصة

"جاءت أهمية الدراسة في هذه الرسالة موضحة لحدثة الموضوع وأهميته التطبيقية في قطاع التسويق الرقمي، وأبرزت مساهمة البحث في سد فجوة معرفية وإثراء المكتبة العربية. رغم هذه الإيجابيات، إلا أن النص يفتقر إلى التفصيل في الجانب النظري، وتحديد الفئات المستفيدة، والربط المنهجي بالأهداف والنتائج المتوقعة. من المقترح أن يتم توسيع الأهمية لتشمل أبعادًا أعمق، مثل بيان الإطار النظري، والتطبيقات المتوقعة على مستوى السياسات التسويقية. ومع ذلك، تبقى الدراسة ذات قيمة علمية مهمة، وتُعد خطوة أساسية نحو تعميق فهم أثر الرقمنة على سلوك المستهلك في بيئة الأعمال المعاصرة."



Thank You