

تقرير السيمينار

تحت إشراف/ د.محمد عويس

الفصل الدراسي الثاني 2024

م	اسم الطالب	عنوان البحث	المناقش
1.	مي المنير	دور التطبيقات الاتصالية في التسويق الرقمي للسياحة الدينية في السعودية التعليقات: 1- يجب وضع دراسة ميدانية أو تحليلية في العنوان لأنه غير واضح. 2- الموضوع حديث ومهم للغاية. 3- الغلاف (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي) (طالب دراسات عليا ببرنامج ماجستير التسويق الرقمي)(الشهر/2024م) 4- التنسيق (justified)، والمراجعة اللغوية وعلامات الترقيم. 5- المقدمة تمهيدية، ينقصها الحديث عن التطبيقات محل الدراسة الخاصة بالسياحة الدينية بالسعودية. 6- الترتيب (أهمية الدراسة- الأهداف- التساؤلات) 7- الدراسات السابقة تقسم إلى محاور وترتب من الأحدث إلى الأقدم، كتابة اسم الباحث وعنوان الدراسة وهدفها والأداة التي استخدمتها والعينة وأهم النتائج. هناك خلط بين الإطار المعرفي للدراسة وبين عرض الدراسات السابقة. إضافة التعليق على الدراسات السابقة. 8- اختصار مفاهيم الدراسة، فقرة واحدة ومفهوم واحد دون إطالة. 9- نوع ومنهج الدراسة، مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، أداة جمع البيانات، غير موجودة. 10- الاستمارة (إضافة التطبيقات نفسها لمعرفة مدى استخدام المبحوثين لها، وبيانات المبحوثين. 11- المراجع غير موجودة.	د/شيرين كدواني
2.	لينا الفرا	دور التسويق من خلال الفيديو القصير على تيك توك وانستغرام في زيادة الوعي بالعلامة التجارية التعليقات: 1- العنوان كالتالي: دور التسويق من خلال الفيديو القصير على تيك توك وانستغرام في زيادة الوعي بالعلامة التجارية في السعودية 2- يجب وضع دراسة ميدانية أو تحليلية في العنوان لأنه غير واضح. 3- الموضوع حديث ومهم للغاية. 4- الغلاف (وضع لوجو الجامعة واسم الكلية والبرنامج، وكتابة خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي) (طالب دراسات عليا ببرنامج ماجستير التسويق الرقمي)(الشهر/2024م)	د/شيرين كدواني

- 5- المقدمة تمهيدية، يمكن إضافة إحصاءات بعدد مستخدمي انستجرام وتيك توك (تقسم لفقرات).
- 6- مراجعة لغوية.
- 7- الدراسات السابقة تقسم إلى محاور وترتب من الأحدث إلى الأقدم، كتابة اسم الباحث وعنوان الدراسة وهدفها والأداة التي استخدمتها والعينة وأهم النتائج. إضافة التعليق على الدراسات السابقة.
- 8- الحدود الزمنية (يحذف الجدول) المقصود فترة تطبيق الدراسة.
- 9- مشكلة الدراسة (مختزلة جداً وتحتاج إلى مزيد من التفصيل والشرح).
- 10- أهمية الدراسة تقسم لنقاط، أهمية نظرية - تطبيقية.
- 11- أهداف الدراسة تقسم إلى نقاط تفصيلية.
- 12- تساؤلات الدراسة (تحليلية وليست ميدانية) تعديل صياغتها
- 13- فرضيات الدراسة (إعادة صياغة لترتبط بالتسويق والعلامة التجارية)، واستخدام نظرية.
- 14- مفاهيم الدراسة، نوع ومنهج الدراسة، مجتمع الدراسة ، عينة الدراسة، أداة جمع البيانات، غير موجودة.
- 15- المراجع تنقل لنهاية الملف.

د/شيرين كدواني	تأثير الإعلان الرقمي عبر القنوات المتعددة في السوق السعودي على سلوك المستهلك: دراسة ميدانية التعليقات: 1- الموضوع حديث 2- الغلاف (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي وليس رسالة بحثية) (طالب دراسات عليا ببرنامج ماجستير التسويق الرقمي)(الشهر/2024م). 3- المقدمة تمهيدية وبها مراجع وإحصاءات، حذف جريدة الوطن والرجوع للتقرير نفسه. وتوضيح المقصود بالقنوات المتعددة. 4- الدراسات السابقة متنوعة وحديثة ومقسمة إلى محاور. والتعليق عليها جيد جدا. 5- مشكلة الدراسة متميزة، الشكل الخاص بعناصر المشكلة. 6- أهمية الدراسة متميزة (نظرية وتطبيقية). 7- تساؤلات الدراسة الميدانية، إضافة (هو وهي للعاقل). من وجهة نظر المبحوثين. 8- مفاهيم الدراسة شاملة اصطلاحية واجرائية. 9- الإطار النظري مميز. الشكل جيد جدا. 10- فرضيات الدراسة إعادة الصياغة (يوجد ارتباط ذا دلالة إحصائية بين). 11- تحديد حجم العينة. 12- المراجع موثقة جيداً.	Group 1	3. جواهر آل رشيد 4. خلود عاشور
-------------------	--	------------	--

د/شيرين كدواني	تأثير الإعلانات الرقمية على نية الشراء للمنتجات الخضراء في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية التعليقات: 1- الموضوع مهم وحديث. 2- الغلاف كلية الإعلام والتسويق وليس الإدارة، اسم البرنامج، (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي) (طالب دراسات عليا ببرنامج ماجستير التسويق الرقمي)(الشهر/2024م). 3- المقدمة (تمهيدية ومتميزة). 4- مشكلة الدراسة متميزة (نقل الدراسات والإحصاءات لمقدمة الدراسة). 5- الدراسات السابقة متنوعة وحديثة ومقسمة إلى محاور. كتابة أسماء الباحثين الأجانب بالإنجليزية. ترقيمها. زيادة عددها. التعليق عليها إضافة أوجه النقص والغياب ومن ثم ما ستضيفه الدراسة الحالية. 6- أهمية الدراسة جيدة (علمية - تطبيقية). وأهداف الدراسة والتساؤلات 7- فروض الدراسة، إعادة صياغة (توجد فروق ذات دلالة إحصائية) بدل النفي. 8- النظرية جيدة جدا، ومبررات استخدامها. 9- نوع الدراسة (وصفية) وليست تحليلية، منهج الدراسة (منهج المسح) وليس المنهج الكمي. 10- مجتمع وعينة الدراسة محددة، وكذلك أداة جمع البيانات (الاستبيان). 11- المراجع (الترتيب الأبجدي). 12- إضافة مفاهيم الدراسة.	Group 2	5. صفاء اخوعميره 6. رغد البلخي
-------------------	---	------------	--

7. دينا ماضي	تأثير المرونة التسويقية على العلامة التجارية (بالتطبيق على قطاع صناعة الأجهزة الالكترونية بالمملكة العربية السعودية) التعليقات: 1. الموضوع جيد. 2. يجب تنوع أدوات الاستفهام في تساؤلات الدراسة. 3. إعادة صياغة أهداف الدراسة. 4. الدراسات السابقة يجب كتابة اسم الباحث والتاريخ. 5. أين التعقيب على الدراسات السابقة؟	د/مهيتاب الرافعي
8. حنان البريم	دور التسويق الإلكتروني في زيادة إقبال الجمهور على المنشآت الخيرية غير الربحية في المملكة العربية السعودية:(دراسة ميدانية) التعليقات: 1. موضوع جيد جدا. 2. يجب تعديل صفحة الغلاف. 3. العنوان مصاغ بشكل جيد. 4. المقدمة يجب ان تكون اطول. 5. الدراسات السابقة جيدة ولكن يجب ان تزيد كعدد. 6. التعليق على الدراسات السابقة لا يقسم بكون ورا بعض وفي شكل نقاط. 7. مشكلة الدراسة جيدة وواضحة. 8. الأهداف جيدة. 9. ولكن تجنب تكرار ما هي ؟ يجب التنوع في ادوات الاستفهام. 10. فروض الدراسة جيدة والنظرية ايضا. 11. المنهج مناسب للدراسة.	د/مهيتاب الرافعي
9. بيان الفضلي	دور التسويق الرقمي في تعزيز الوعي بالمناطق السياحية في السعودية دراسة حالة شركة إيلاف السياحية في مدينة الرياض التعليقات: 1. الموضوع جيد. 2. المقدمة طويلة جدا. 3. مشكلة الدراسة بحاجة إلى إعادة صياغة. 4. ما المقصود بفكرة الدراسة.	د/مهيتاب الرافعي

		5. حذف هل من تساؤلات الدراسة. 6. الفروض يفضل التنوع.	
د/مهيتاب الرافعي	10. فائزه القحطاني	دور وسائل التواصل الاجتماعي في بناء وتعزيز الوعي بالعلامة التجارية للشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية التعليقات: 1. أين فهرس المحتويات ؟ 2. المشكلة فقرة وليست نقاط . 3. اهمية الدراسة جيدة. 4. التساؤلات يجب التنوع في أدوات الاستفهام. 5. يجب تحديد المنطقة في السعودية وعدد المبحوثين. 6. فترة الدراسة تعدل. 7. الدراسات السابقة تعرض بترقيم. 8. ترتيب الدراسات السابقة تصاعدي أو تنازلي. 9. يجب زيادة المحتوى المكتوب داخل الدراسات السابقة. 10. عدم وضع الاستمارة في الخطة توجد في البحث. 11. أين المراجع؟	
د/شيرين فاروق	11. سعد الأحمد	دور التسويق الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية لشركات الخدمات لدى الجمهور – دراسة تطبيقية التعليقات: 1. لا توجد صفحة غلاف للخُطة البحثية. 2. يرجى توضيح نوع الجمهور في العنوان الرئيسي للدراسة. 3. أين فهرس محتويات الدراسة 4. الدراسات السابقة غير مقسمة إلى محاور 5. يرجى وضع أهداف الدراسة قبل التساؤلات 6. الأهداف (ص10) هدف رقم (1) يرجى تعديل كلمة التعرف على مدى إلى التعرف على درجة أو معدل. 7. أين الإطار النظري للدراسة.	

د/ شيرين فاروق	تأثير المحتوى الذي ينشئه المستخدمون على وسائل التواصل الاجتماعي على صورة المنتجات في المملكة العربية السعودية التعليقات: أولاً: فيما يتعلق بعنوان الدراسة: هناك اقتراح آخر لصياغة العنوان وهو : - تأثير التسويق بالمحتوى الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي على صورة المنتجات في المملكة العربية السعودية. - تقييم التسويق بالمحتوى الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي على صورة المنتجات بالمملكة العربية السعودية. ثانياً: صفحة غلاف الدراسة - نقل Logo الجامعة أعلى يمين الصفحة، وأسفله اسم الجامعة، الكلية، البرنامج الدراسي. - بمنتصف صفحة الغلاف يكتب (عنوان الدراسة) - ثم بعده يكتب خطة بحثية مقدمة لتسجيل درجة الماجستير في التسويق الرقمي. - ثم بعده يكتب إعداد (إسم الباحثة.....) طالبة دراسات عليا- ثم بعده مرحلة الماجستير- برنامج التسويق الرقمي- ثم بعده يكتب إسم المشرف- ثم شهر وسنة التسجيل. - أعمال البحث العلمي لا يتم وضع أطر لها في الصفحة. - الشكر والتقدير، والإهداء... ليس موضعه الخطة البحثية، ولكن يتم وضعهم في نسخة الرسالة النهائية. - مراعاة استخدام نوع خط عربي Simplified Arabic حجم 14 في المتن، 16 للعناوين. وفي اللغة الانجليزية يستخدم نوع خط Times News Roman - مراعاة ترقيم صفحات الخطة البحثية.	12. هند البيبي
-----------------------	--	-----------------------

ص: 4 المستخلص: يكتب فى النسخة النهائية للرسالة.

- ذكرتى به أنك قمتى بإجراء مسح شامل لـ 100 شركة، كما قمتى بإجراء 50 مقابلة متعمقة مع مدراء تنفيذيين خلال 12 شهراً... فهل أنتى قمتى فى الأساس بتطبيق دراستك فعلياً على هذه الشركات وإجراء هذه المقابلات؟؟

- ذكرتى أيضاً أن الدراسة توصلت إلى

- ذكرتى كذلك توصيات الدراسة.....

- كل ذلك يُعنى أنك قمتى بالفعل بتطبيق الدراسة، فكيف وأنتى مازالت بمرحلة تقديم الخطة البحثية...؟؟؟

- ص: 6 نبدأ مباشرة بالمقدمة .

- يفضل تكون المقدمة متعلقة بموضوع دراستك، تتناولى فيها المستهدف من دراستك وأهميتها ومنهجية التطبيق الخ

- إضافة أدوات ربط بين نصوص الفقرات وبعضها ليكون هناك نوعاً من التكامل والفهم أثناء القراءة، مع ضرورة ترك مسافة كلمة فى بداية السطر الأول لكل فقرة.

- ص: 14 أهداف الدراسة ... ما علاقة ما تم كتابته من أهداف بعنوان

دراستك؟؟ فدراستك تتناول دور المحتوى الرقمي المنتج من قبل

المستخدمين وقياس تأثيره على صورة المنتجات بالمملكة .. لكن

الأهداف هنا تتحدث عن واقع التسويق الرقمي واستراتيجياته؟؟

اقترح لك أن أهدافك يمكن أن تصاغ على النحو التالى:

- رصد وتحليل تقنيات التسويق بالمحتوى الرقمي عبر مواقع وسائل التواصل الاجتماعي لعينة من الشركات السعودية.

- تحديد أكثر تقنيات التسويق بالمحتوى الرقمي استخداماً فى الشركات السعودية محل الدراسة.

- تحليل أسس صناعة المحتوى التسويقي الرقمي فى الشركات السعودية محل الدراسة.
- تقييم أهم استراتيجيات التسويق بالمحتوى الرقمي فى الشركات السعودية محل الدراسة.
- التعرف على مستقبل التسويق بالمحتوى الرقمي فى المملكة العربية السعودية.
- أين تساؤلات الدراسة؟؟؟
- ص:8 الدراسات السابقة لم تقسم لمحاور كما أنها بعيدة عن موضوع دراستك .
- التعليق على الدراسات السابقة... لا توجد ندرة فى الأبحاث العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة.
- ص: 11 أيضاً ذكرتني فى التعليق على الدراسات السابقة (تناقش الدراسة الحالية أثر التسويق الرقمي على القيمة المدركة للعملاء) فما علاقة ذلك بعنوان دراستك ؟؟
- ص: 13 فى مشكلة البحث : لم تتطرقى نهائياً لعنوان دراستك المتعلق بالمحتوى الرقمي...؟؟ وكذلك فى الأسئلة الخاصة بصياغة المشكلة البحثية نفس الأمر.
- ص 13+14 أهمية الدراسة ... بعيدة كل البعد عن موضوع دراستك.
- ص:14 أدوات جمع البيانات .. يرجى التحقق منها وسُبل الاستفادة منها فى جمع بيانات دراستك .
- ص:15 يفضل هنا الإشارة إلى تبويب الإطار المعرفي للدراسة... ولم تُشيرني أيضاً فيه إلى أي شئ متعلق بالمحتوى الرقمي باستثناء المحور الثالث. مع أهمية مراعاة أن الإطار المعرفي يقسم إلى فصول ومباحث وليس لمحاور ص: 23 يرجى تحديث المراجع وترتيبها ترتيباً إبداعياً،

		وإضافة مصادر أجنبية - غير واضح بالخطأ البحثية كل من: - الإطار النظري. - نوع الدراسة - مجتمع الدراسة - أدوات جمع البيانات - المفاهيم الإجرائية للدراسة. - فرجاء استكمالها....	
13.	فاطمة الزهراء النجار	أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي على تحسين جودة منتجات وخدمات المؤسسات: دراسة ميدانية على عينة من المسوقين التعليقات: أولاً: كلمة أثر في العنوان تُشير إلى أن دراستك ستكون دراسة شبه تجريبية وليست دراسة ميدانية.. والدراسة شبه التجريبية لها منهجية وأسلوب تطبيق يختلف تماماً عن الدراسة الميدانية، فرجاءاً تحديد نوع الدراسة وفقاً للمنهجية التي ستعملين عليها، وإذا تم الاستقرار على كونها دراسة ميدانية، فاقترح عليك تعديل العنوان ليكون: - تأثير (استخدام أو توظيف) تقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي على جودة المنتجات والخدمات... دراسة ميدانية على عينة من المسوقين. - قياس فعالية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي وتأثيرها على جودة المنتجات... دراسة ميدانية على عينة من المسوقين. - تقييم تأثير الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي على جودة المنتجات والخدمات... دراسة ميدانية على عينة من المسوقين. ثانياً: صفحة غلاف الدراسة - نقل Logo الجامعة أعلى يمين الصفحة، وأسفله يكتب اسم الجامعة،	د/ شيرين فاروق

	الكلية، البرنامج الدراسي.	
	- بمنتصف صفحة الغلاف يكتب (عنوان الدراسة)	
	- ثم بعده يكتب خطة بحثية مقدمة لتسجيل درجة الماجستير فى التسويق الرقمي.	
	- ثم بعده يكتب إعداد (إسم الباحثة.....) طالبة دراسات عليا- ثم بعده مرحلة الماجستير- برنامج التسويق الرقمي- ثم بعده يكتب إسم المشرف- ثم شهر وسنة التسجيل.	
	- ص: 2 الآية القرآنية لا يتم وضعها فى الخطة، ولكن يتم وضعها هي والشكر والتقدير والإهداء فى نسخة الرسالة النهائية.	
	- ص: 3 فهرس المحتويات، نراعي عمل Justify ... والجدول العمود الأول فيه مخصص لعنوان الموضوع، أما العمود الثاني مخصص لرقم الصفحة.	
	- ص: 4. حذف العنوان من أعلى الصفحة والبدء بالمقدمة مباشرة.	
	- يفضل تكون المقدمة متعلقة بموضوع دراستك، تتناولى فيها المستهدف من دراستك وأهميتها ومنهجية التطبيق الخ	
	- إضافة أدوات ربط بين نصوص الفقرات وبعضها ليكون هناك نوعا من التكامل والفهم أثناء القراءة، مع ضرورة ترك مسافة كلمة فى بداية السطر الأول لكل فقرة.	
	- المقدمة لايسند فيها مصادر أو مراجع إلا فى حالتى الاستعانة بإحصائية، أو الاستناد إلى وثيقة أصلية.	
	- ص: 6 مشكلة الدراسة ... يفضل المشكلة تصاغ فى شكل فقرة توضح أسباب إختيار الباحث لتناول هذه الدراسة كوجود قلة فى الدراسات السابقة مثلاً، أو أسباب علمية أخرى ... مع صياغة المشكلة فى نهاية الفقرة فى شكل تساؤل رئيسي .	
	- لم تُشيرى كذلك إلى متغيرات الدراسة (المتغير المستقل، التابع، الوسيط)	

- ص:6 أهمية الدراسة ... بالسطر الأول ذكرتي بناءً على الأهداف المذكورة (؟) ولم تكوني ذكرتي الأهداف.. ونتائج الدراسة(؟) لم تطبقي بعد فكيف؟؟؟ ، يُشير الباحث الصواب: الباحثة
- يفضل في الأهمية تقسيمها إلى أهمية علمية، وأهمية عملية أو تطبيقية.
- صياغة الأهمية توحى أنها أهداف وليست أهمية، فرجاء يمكنك العودة إليها مرة أخرى وإعادة صياغتها بما يلاءم أهمية الدراسة.
- ص:7 أهداف الدراسة ... هل تعريف الذكاء الاصطناعي هدف؟؟
- هل التعرف على مفهوم التسويق الرقمي هدف؟؟ فهما يصلحوا لوضعهم بالإطار المعرفي وليس الإطار المنهجي (كأهداف للدراسة).
- يمكنك صياغة هدف عام للدراسة وهو :
- التعرف على درجة تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي على جودة المنتجات والخدمات.
- ويمكنك أن تستخرجي منه عدة أهداف فرعية لها علاقة وثيقة بموضوع دراستك مثل:
 1. التعرف على تقنيات الذكاء الاصطناعي الأكثر شيوعاً واستخداماً في مجال التسويق الرقمي.
 2. كيفية تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في حملات التسويق الرقمي
 3. دراسة كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على تخطيط وتنفيذ حملات التسويق الرقمي
 4. قياس درجة فعالية تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين عمليات تطوير المنتجات والخدمات.
 5. تقييم تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء وتحسين تجربة المستخدم
 6. استكشاف التحديات والفرص المرتبطة بتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في

مجال التسويق الرقمي.

ص: 7 تساؤلات الدراسة: وفيها يتم تحويل الأهداف لصيغة تساؤل

ص: 7 منهج الدراسة ...ذكرتي أنك طبقت الدراسة المنهج المسحي... فهل أنتي طبقتي فعلياً.. فهذه ما زالت خطة بحثية.... يمكنك تعديلها إلى ستطبق الدراسة لحين الإنتهاء من التطبيق الفعلي.

ص: 7 فروض الدراسة : تم ذكرها قبل ذكر الإطار النظري (نموذج القبول التكنولوجي)

لماذا قمتي بنفى جميع فروض الدراسة؟؟ القائمة على الفرض الأساسي للنموذج المستهدف، والذي يُشير إلى المنفعة المدركة من تقنيات الذكاء الاصطناعي أو سهولة استخدام التقنية ... **فهل هذا منطقي؟؟**

ص: 8 لم توضحي فى الإطار النظري (نموذج القبول التكنولوجي) كيفية توظيفك لهذا النموذج فى دراستك؟؟

ص: 9 الإطار المعرفي للدراسة... ذكرتي انك ستتناولى مفهوم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته..

فما علاقة التطبيقات التى ذكرت هنا بمجال التسويق الرقمي.. أرجو أن تركزي على مجالات مثل big data ، Personalization ، Predictive Analysis ، Chatbot ، CRM ، Seo Optimization ... الخ من مجالات متعلقة ووثيقة الصلة بمجال الـ Digital Marketing

ص: 10 الدراسات السابقة دراسات المحور الأول بعيدة كل البعد عن موضوع دراستك. بالإضافة لكون الدراسات الأجنبية التى تم الاستعانة بها قديمة جدا تعود إلى 15 عام، 23 عام وهذا مجال حديث به ثراء علمي على مدار اللحظة.

ص: 12 التعليق على الدراسات السابقة (المحور الأول) ... ذكرتي أنه ثبت أثر الذكاء الاصطناعي فى تحقيق الميزة التنافسية والجرائم المعلوماتية وجودة المعلومات المحاسبية، وتحسين مهارات التفكير المستقبلي والتحصيل العلمي.... وهو ما يؤكد

	على تأثيره على جودة التسويق الرقمي؟؟؟ فكيف عرفتي بهذه النتيجة ولم تطبقي دراستك بعد؟؟ ص:13 المحور الثاني للدراسات السابقة (مفهوم التسويق الرقمي، ودورة التسويق الرقمي ... هذه ليست دراسات سابقة ... هذا الجزء يمكنك الاستفادة منه في الإطار المعرفي للدراسة). ص:16 توجد دراسة سابقة للباحثة (وفاء صلاح عبد الرحمن 2020) بعنوان: <u>أثر استخدام الذكاء الاصطناعي على فعالية أساليب التسويق الرقمي: دراسة استطلاعية على عينة من المسوقين، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام....</u> هذه الدراسة قريبة جداً!!!!!! من عنوان دراستك .. فحاولي استبدلي أياً من متغيرات دراستك كل لا يكون أو يحدث مجرد تكرار للنتائج فيما بعد. - أين أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة؟؟ ص:18 لم يتضح في أدوات جمع البيانات آلية تطبيقك لأداة الاستبيان ص:18 أين مجتمع الدراسة ص:18 أين عينة الدراسة؟؟ وحجمها؟؟ وطريقة سحبها؟؟ ومبررات إختيارها.. ص:18 أين المفاهيم الإجرائية للدراسة ص:19 ... المراجع تحتاج للتحديث، والترتيب ابجدياً (عربي، إنجليزي)	
14. نور آشي	The role of strategic innovation in the effectiveness of digital marketing –a case study of Amazon a field study التعليقات: أولاً: صفحة غلاف الدراسة - نقل Logo الجامعة أعلى يسار الصفحة، ثم بعده اسم الجامعة، الكلية، البرنامج الدراسي. - بمنتصف صفحة الغلاف يكتب (عنوان الدراسة) - ثم بعده يكتب خطة بحثية مقدمة لتسجيل درجة الماجستير في التسويق الرقمي. - ثم بعده يكتب إعداد (إسم الباحثة.....) طالبة دراسات عليا- ثم بعده مرحلة	د/ شيرين فاروق

	الماجستير- برنامج التسويق الرقمي- ثم بعده يكتب إسم المشرف- ثم شهر وسنة التسجيل. - أعمال البحث العلمي لا يتم وضع أطر لها فى الصفحة. - يرجى ترقيم صفحات الخُطة البحثية - أين الدراسات السابقة - أين الإطار النظري للدراسة - متغيرات الدراسة تأتي بعد عرض مشكلة الدراسة - أين نوع الدراسة ومنهج الدراسة - أين مجتمع وعينة الدراسة وحجمها، وطريقة سحبها، ومبررات اختيارها - أين أدوات جمع البيانات	
--	--	--