

مقرر مهارات بحثيه (3)

المهمة العاشرة: توثيق المراجع والمصادر في قائمة المراجع وفقا
لطريقة APA

اعداد الطالب / فارس المزيني
العام الدراسي 1446 – 2025



الخطة البحثية بعنوان :

تأثير توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على
فعالية التسويق الرقمي "دراسة تطبيقية على
شركات الطيران السعودية".

توثيق المراجع

أولاً: المراجع العربية:

الأسدودي ، نها نبيل. (2021). تطبيق آليات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي وأثارها في تحقيق المزايا التنافسية -دراسة ميدانية على الخبراء. مجلة البحوث الاعلامية ،(67)، 838-895.

البكري ، ثامر.(2013).التسويق أسس ومفاهيم معاصرة. دار اليازوري العلمية .

حجاج ، اسماعيل محمد.(2021). أثر استخدام وسائل الذكاء الاصطناعي على تطوير التسويق الرقمي (دراسة تطبيقية). المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية ، 12(4). 376-427 .

الخطيب ، أحمد السيد علي.(2024). تأثير تقنيات التسويق الرقمي المدعومة بالذكاء الاصطناعي على السلوك الشرائي للمستهلك "دراسة ميدانية علي المتاجر الإلكترونية" . مجلة جامعة الصالحية الجديدة للعلوم الادارية والاقتصادية ، 1(2)، 159-219.



السحيمي ،رنا محمد مرشود.(2024). الإطار المفاهيمي لدور الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي. *المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي*. (62)، 31- 51.

العتيبي، مها محمد، و اليوبي، ليلي عابد. (2023). أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي: دراسة تطبيقية على شركة موبايلي بالمملكة العربية السعودية. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 8(11)، 10-26.

نور الدين، عمرو، حمادة، حسام، و الحريري، بسمة. (2023). التأثير التفاعلي لأنشطة التسويق بالذكاء الاصطناعي في العلاقة بين صورة العلامة التجارية ونية إعادة شراء تذاكر الطيران الإلكترونية في مصر. *مجلة البحوث الادارية* ، 41(4)، 1-33 .

ثانيا : المراجع الاجنبية :



Giantari, I. G. A. K., Yasa, N., Suprasto, H., & Rahmayanti, P. (2022). The role of digital marketing in mediating the effect of the COVID-19 pandemic and the intensity of competition on business performance. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 217-232.

Gołab-Andrzejak, E. (2023). AI-powered Digital Transformation: Tools, Benefits and Challenges for Marketers—Case Study of LPP. *Procedia Computer Science*, 219, 397-404.

Guru, K., Raja, S., Sasiganth, J., Sharma, D. K., Tiwari, M., & Tiwari, T. (2022). *The Future Impact of Technological Developments on Digital Marketing Through Artificial Intelligence*. In Proceedings of Second International Conference in Mechanical and Energy Technology (pp. 217-225). Springer, Singapore.

Khatri, M. (2021). How Digital Marketing along with Artificial Intelligence is Transforming Consumer Behaviour. *International Journal for Research in Applied*, (9), 523-527.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

