

قضايا بحثية 2
المهمة التاسعة
نورة مبارك البقمي
اشراف أ. د/ دعاء محمد



فاعلية التسويق الإلكتروني في الشركات التجارية في دولة الكويت

جراح حسين السهيل المطيري

رسالة ماجستير / كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية
جامعة آل البيت – الأردن

لينك الرسالة

<file:///C:/Users/Hedy%20Group/Downloads/9802-005-004-0990-T.pdf>

قدم الباحث مناقشة لنتائج الدراسة في الفصل الخامس

تمت مناقشة بعض النتائج بشكل جيد (مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيس) حيث تناول الباحث تفسير النتيجة وفقا للأدب النظري لموضوع الدراسة وتم بيان مدى اتفاق النتيجة مع بعض الدراسات السابقة بإيجاز

ومع ذلك تمت مناقشة نتائج أخرى بسطحية وتحتاج إلى المزيد من التوضيح والتعليق كإختبار الفرضيات الثالثة والرابعة السادسة التفسير يحتاج إلى التحسين

التوصيات

جاءت التوصيات في ضوء النتائج لكنها لم تكن موجهة إلى أحد (القائم بالتنفيذ) أو كيفية تنفيذها
ص (65)

وضوح الاستنتاجات: واضحة ولكنها تحتاج إلى مزيد من التفصيل

واقعية التوصيات: التوصيات واقعية يمكن تنفيذها لكن يجب على الباحث توضيح آلية تنفيذها وتكون موجهة (الرؤساء/ القسم المنوط به العمل بالشركة)

جامعة جرش
كلية الأعمال
قسم العلوم الإدارية

أثر استخدام الذكاء التسويقي في تطوير الميزة التنافسية في قطاع الخدمات في المنظمات الدولية- حالة دراسية: شركة زين

إعداد
غيداء خالد محمود سواعي
إشراف

أ.د. محمد الزغبى

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال الدولية
عمادة البحث العلمي والدراسات العليا/ جامعة جرش
يوليو/ 2022

رابط الرسالة

<https://0810gcf2w-1105-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/1357843>

قدمت الباحثة النتائج في الفصل الخامس

المناقشة ضعيفة جدا وسطحية وموجزة ، والتوصيات ضعيفة وغير موجهة ولا يوجد آلية لتنفيذها
وضوح الاستنتاجات: غير واضحة ولا مبينة نهائيا جاءت ضعيفة
واقعية التوصيات : ليست في ضوء النتائج ، جاءت كتوصيات عامة سردية لمجرد استكمال جزء
من أجزاء الدراسة



خداوند