

التكليف الثالث

مادة قضايا بحثية ٢

الباحثة / العنود تركي الدويش



تقييم رسالة ماجستير من حيث صياغة أهداف البحث والأسئلة البحثية

01

عنوان الرسالة



اخترت بحث بعنوان (تأثير الإعلان الرقمي عبر القنوات المتعددة في السوق السعودي على سلوك المستهلك : دراسة ميدانية)
من اعداد الباحثين : جواهر عبد الله آل رشيد وخلود حمير عاشور
تحت إشراف الدكتور: محمد عويس

تم كتابة اهداف الدراسة على شكل أربعة نقاط وهي :

الهدف الأول : التحقق من فعالية الإعلان الرقمي عبر القنوات المتعددة (مثل وسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث والإعلانات المصورة) في إحداث تأثير على سلوك المستهلك. وذلك يمثل التحقق من فعالية العلاقة بين متغيرات البحث الرئيسية وهي الإعلان الرقمي وسلوك المستهلك.

الهدف الثاني : دراسة كيف تؤثر العوامل الديموغرافية (العمر، الجنس، الدخل) في تخفيف التأثير النابع من الإعلان الرقمي على سلوك المستهلك في المملكة العربية السعودية. وهو يعكس الصفات الدقيقة في المتغير التابع ومدى تغير تأثيرها بالمتغير المستقل.

الهدف الثالث : التعرف على القنوات الإعلانية الرقمية الأبرز فعالية لمختلف أنواع المنتجات والخدمات في السوق السعودي. وهنا القنوات الرقمية تشكل فجوة مبهمة من بداية البحث وحتى النتائج لم تحدد بشكل واضح وذلك ما قلل من قيمة هذا البحث وتركيز نتائجه.

الهدف الرابع : تقديم رؤى قابلة للتنفيذ للمسوقين والشركات تساهم في تحسين استراتيجيات الإعلان الرقمي الخاصة بهم في المملكة العربية السعودية. وغالباً هي الفئة الأكبر التي تبحث عن نتائج مثل هذه البحوث والأكثر استفادة تطبيقية منها.

02

تابع/ اهداف الدراسة

التعليق على الأهداف :

بصفة عامه تم صياغة الأهداف بشكل واضح ومتسق ودقيق " لو ان القنوات المبحوث فيها كانت محددة " سوف تتم هذه النقطة الرئيسية تلاحق جميع أجزاء الدراسة حتى وان كانت غاية في الروعة تظهر فيها هذه الفجوة.

03

أسئلة الدراسة

تتمن أسئلة الدراسة في :

- ١- كيف يؤثر الإعلان الرقمي على سلوك المستهلك في السوق السعودي؟
- ٢- ما هي القنوات الرقمية الأكثر فعالية في الوصول إلى المستهلكين السعوديين؟
- ٣- ما هي العوامل الرئيسية التي تدفع تفاعل المستهلكين مع الإعلانات الرقمية؟
- ٤- ما هو دور الثقة بالعلامة التجارية في التأثير على استجابة المستهلكين للإعلانات الرقمية؟
- ٥- كيف يمكن للشركات السعودية تحسين استراتيجيات الإعلانات الرقمية بناء على سلوك المستهلك؟

كما نلاحظ ان أسئلة الدراسة مستقلة وغير مرتبطة في اهداف الدراسة ولا حتى فرضياتها الا انها جميعها تتحدث عن نفس متغيرات البحث فقط.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

