



بحث التسويق الالكتروني وأثره في الريادة المؤسسية
دراسة ميدانية في الجامعات الأهلية اليمنية بأمانة العاصمة صنعاء

[HTTP://REPOSITORY.ALRAZIUNI.EDU.YE/XMLUI/HANDLE/123456789/93](http://repository.alraziuni.edu.ye/xmlui/handle/123456789/93)

المقرر: قضايا بحثية

اعداد الباحثة : هبه عبدالله المنيع

اشراف الدكتور : دعاء محمد

بسم الله الرحمن الرحيم

*وضوح موضوع البحث وأهميته :

الموضوع



“التسويق الإلكتروني وأثره في الريادة المؤسسية
دراسة ميدانية في الجامعات الأهلية اليمنية بأمانة العاصمة صنعاء

البحث يتسم بالحدثاثة نوعا ما في عام ٢٠٢١ (١٤٤٣)



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العلوم والتكنولوجيا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

التسويق الإلكتروني وأثره في الريادة المؤسسية
دراسة ميدانية في الجامعات الأهلية اليمنية بأمانة العاصمة صنعاء

رسالة مقدمة من الطالب
غالب عبدالله غالب أحمد غوث

إلى
مجلس الدراسات العليا والبحث العلمي
وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

المشرف
د. بسام علي أحمد مسلم
أستاذ إدارة الأعمال المساعد
جامعة العلوم والتكنولوجيا

*يظهر التوافق بين الموضوع وأهميته، خاصة في ظل التطورات التكنولوجية المعاصرة. حيث التسويق الإلكتروني أصبح جزءاً أساسياً في نجاح المؤسسات، بما في ذلك الجامعات، والتي تسعى لتعزيز مكانتها الريادية باستخدام التكنولوجيا.

*الموضوع ملائم لاهتمامات الطالب، فيبدو من خلال الدراسة أن الطالب مهتم بمفاهيم ريادة الأعمال والتسويق، بالإضافة إلى تركيزه على الجامعات الأهلية في اليمن، وبناءً على ذلك، العنوان متسق ومهم ، وملائماً للموضوع الأكاديمي الذي يناقشه.

*يمكن تحسين الصياغة للموضوع لجعلها أكثر سلاسة ومباشرة ومن الاقتراحات:

1. صياغة مختصرة:

- “أثر التسويق الإلكتروني على الريادة المؤسسية: دراسة ميدانية في الجامعات الأهلية بصنعاء”.

2. صياغة بديلة:

- “دور التسويق الإلكتروني في تعزيز الريادة المؤسسية: دراسة ميدانية على الجامعات الأهلية بصنعاء”.

*هذه الصيغ تحافظ على المعنى الأساسي وتختصر بعض العبارات دون التضحية بالدقة، مما يجعل العنوان أكثر سهولة

في القراءة ومباشرة



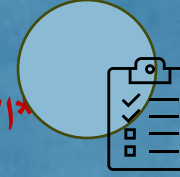
الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العلوم والتكنولوجيا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

التسويق الإلكتروني وأثره في الريادة المؤسسية
دراسة ميدانية في الجامعات الأهلية اليمنية بأمانة العاصمة صنعاء

رسالة مقدمة من الطالب
غالب عبدالله غالب أحمد غوث

إلى
مجلس الدراسات العليا والبحث العلمي
وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

المشرف
د. بسام علي أحمد مسلم
أستاذ إدارة الأعمال المساعد
جامعة العلوم والتكنولوجيا



*الاسباب التي ادت لاختيار الموضوع للبحث :

أسباب اختيار موضوع "التسويق الإلكتروني وأثره في الريادة المؤسسية" في هذه الدراسة تعود إلى عدة دوافع رئيسية:

1. التحديات التي تواجه الجامعات اليمنية: الدراسة تشير إلى أن الجامعات الأهلية في اليمن تواجه صعوبات في تبني استراتيجيات تسويق فعالة، خاصة في ظل التنافس الكبير بين الجامعات على المستويات المحلية والإقليمية .
2. أهمية التسويق الإلكتروني: التسويق الإلكتروني أصبح ضرورة ملحة لتحقيق الريادة المؤسسية في الجامعات. مع تزايد استخدام الإنترنت، تحتاج الجامعات إلى استراتيجيات حديثة لتعزيز سمعتها وتحقيق ميزة تنافسية .
3. النقص في الدراسات السابقة: هناك ندرة في الأبحاث التي تتناول دور التسويق الإلكتروني في ريادة الجامعات اليمنية. هذه الدراسة تحاول سد هذه الفجوة من خلال التركيز على كيفية تحسين ممارسات التسويق الإلكتروني في الجامعات الأهلية لتحقيق الريادة .
4. التحولات التكنولوجية: الثورة التكنولوجية والتوسع في استخدام الوسائط الإلكترونية دفع الباحث لدراسة أثر هذه التطورات على الأداء المؤسسي للجامعات .

ختاماً، اختيار الموضوع مرتبط بواقع الجامعات اليمنية وأهمية التسويق الإلكتروني في تحسين أدائها المؤسسي وتحقيق الريادة.



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العلوم والتكنولوجيا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

التسويق الإلكتروني وأثره في الريادة المؤسسية
دراسة ميدانية في الجامعات الأهلية اليمنية بأمانة العاصمة صنعاء

رسالة مقدمة من الطالب
غالب عبدالله غالب أحمد غوث

إلى
مجلس الدراسات العليا والبحث العلمي
وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

المشرف
د. بسام علي أحمد مسلم
أستاذ إدارة الأعمال المساعد
جامعة العلوم والتكنولوجيا