

تكليف ١ قضايا بحثية ٢

الباحث / محمد عبد العزيز بنتن



تقييم عنوان رسالة ماجستير :

التحديات التي تواجه المصممين الجرافيكين في تعزيز حملات التسويق الرقمي في السوق السعودي " " دراسة ميدانية

الرابط : من المكتبة الرقمي لجامعة ميد أوشن

<https://lib.midocean.ae/ar/research/3428>

"التحديات التي تواجه المصممين الجرافيكين في تعزيز حملات التسويق الرقمي في
السوق السعودي"
"دراسة ميدانية"

"The challenges faced by graphic designers in enhancing digital
marketing campaigns in the Saudi market"
"Field study"

رسالة مقدمة لنيل درجة ماجستير التسويق الرقمي

الباحثة: روبا عصام عبدالعزيز غراب

مايو ٢٠٢٥

غلاف الرسالة:

تم كتابة العنوان على غلاف
الرسالة باللغتين العربية
والانجليزية وبشكل واضح .

أولاً : وضوح العنوان :

- عنوان الرسالة واضح وخالي من الغموض وتم توضيح (المتغير المستقل) وهي التحديات التي تواجه مصممي الجرافيك وكذلك تم توضيح (المتغير التابع) وهو فعالية تعزيز حملات التسويق الرقمي وايضا تحديد (السوق السعودي) ساهم في ان يكون العنوان واضح ومحدد .
- اقتراحات للتحسين إضافة كلمة (تحليل) قبل كلمة التحديات كان ستضيف وضوح أكثر على العنوان وقد تناول الباحث تلك التحديات بالتفصيل في الرسالة .

ثانيا : هل العنوان مناسب :

- عنوان الرسالة مناسب تماما لمجال الدراسة وهو يجمع بين تخصص (تصميم الجرافيك) وموضوع (تعزيز التسويق الرقمي) في السياق وهو السوق السعودي .
- وكذلك تطابق العنوان مع مشكلة الدراسة حيث تتناول التحديات المتنوعة التي تعوق دور المصممين في تحسين الحملات التسويقية الرقمية .
- كما يعكس العنوان اهداف الرسالة بوضوح في تحليل مهارات المصممين وفهم العقبات التنظيمية والتقنية والثقافية واقتراح حلول مبتكرة لتحسين دور المصمم في الحملات التسويقية .
- كما تم توضيح الحدود المكانية (الجغرافية) وهو السوق السعودي .
- كما تم توضيح منهجية الدراسة (دراسة ميدانية) .
- تشير كلمة تعزيز في العنوان الى ان الباحث لن يكتفي بوصف المشكلة بل بطرح ما يمكن تحسينه من خلال اتجاه تحليلي تطبيقي .
- اختيار موضوع حديث وهذا يتضح من خلال (تصميم الجرافيك) و (التسويق الرقمي) .

ثالثا : صياغة العنوان :

- عنوان الرسالة مصاغ بشكل جيد الى ان هناك ملاحظة بسيطة تخدم الجانب اللغوي اكثر وهي استبدال (مصممين الجرافيك) الى (مصممي الجرافيك) .
- ليصبح العنوان بعد اقتراح التحسين :
- (التحديات التي تواجه مصممي الجرافيك في تعزيز حملات التسويق الرقمي في السوق السعودي دراسة ميدانية) .

رابعاً : أسباب اختيار عنوان الرسالة:

- تم اختيار عنوان الرسالة لعدة أسباب أهمها الحاجة الأكاديمية لفهم التحديات المعاصرة بسبب التوسع الكبير في التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية أصبح هناك طلب متزايد على المحتوى البصري الجذاب والمؤثر إلا أن دور مصممي الجرافيك في هذا المجال يواجه تحديات وعوائق تقنية وثقافية وتنظيمية ومالية لم يتم دراستها بشكل كافٍ في البيئة السعودية لذلك جاء اختيار هذا العنوان استجابة لحاجة عملية لفهم التحديات بشكل منهجي .
- كذلك لمصممي الجرافيك دور كبير في الحملات التسويقية وأي عائق أو تحدي يواجههم قد يؤثر في نجاح الحملات التسويقية والوصول لأهدافها لذا دعت الحاجة لتخصيص دراسة تتناول هذا الدور بالتحليل .
- كذلك ندرة الدراسات التي تجمع بين عنصري التصميم الجرافيكي والتسويق الإلكتروني رغم وجود دراسات تناولت كل عنصر بشكل منفصل إلى أن الجمع بينهم في دراسة تحليلية يملأ فجوة بحثية مهمة في الأدبيات المحلية .
- اهتمام الباحثة الشخصي والمهني بالموضوع وهو ما يخدم معيار الملائمة مع ميول الباحث واهتماماته مما عزز الدافع لاختيار هذا العنوان وتحويله إلى مسار عملي منهجي .

خامسا : ارتباط العنوان بمنهجية الدراسة :

- تمت الإشارة في العنوان الى منهجية الدراسة (دراسة ميدانية) وهي تتطلب جمع بيانات اصيلة من الواقع ولا تعتمد على التنظير فقط وتم ذلك من خلال توزيع استبانات على 53 مشارك من مصممي الجرافيك في السوق السعودي وتحليل نتائجهم بأدوات إحصائية .

سادسا : ارتباط العنوان بأهداف الدراسة :

- يرتبط العنوان بأهداف الدراسة ، حيث يعكس أربعة محاور أساسية تمثل جوهر اهداف الدراسة وهي (التحديات التي تواجه المصممين) (دورهم في تعزيز الحملات الرقمية) (طبيعة الحملات التسويقية في السوق السعودي) (التطبيق الميداني) وقد تم ترجمة كل محور من هذه المحاور الى هدف او اكثر ضمن خطة البحث مما يظهر اتساق منهجي بين صياغة العنوان واهداف الدراسة واهميتها العلمية والعملية وأيضا يعزز من الاتساق الداخلي للبحث .

سابعاً : هل العنوان قابل للقياس والبحث ؟ :

- نعم وذلك من خلال تحويل عناصره الى متغيرات كمية قابلة للدراسة ، فقد تم تحديد (التحديات) كمحور مستقل يتضمن عوامل (تقنية و ثقافية وتنظيمية ومالية) كل منها مؤشرات قابلة للقياس ضمن استبيان منظم ، وقد تم قياس (تعزيز الحملات التسويقية) عبر مجموعة من المؤشرات المرتبطة بجودة التصميم وفعاليته وبتحديد الفئة (مصممو الجرافيك) والمجال الجغرافي (السوق السعودي) وجمع كل هذه الضوابط واحكام ضبط العينة والاطار التحليلي يجعل العنوان منضبطاً من حيث الصياغة البحثية وقابل للقياس الميداني بصورة علمية سليمة .

ثامنا : جانب التجديد والابتكار :

- يحتوي العنوان على جانب ابتكاري في (التركيز على دور مصمم الجرافيك في تعزيز الحملات التسويقية) وهي عملية تتطلب الابداع وعمل تصاميم مبتكرة تتناسب مع الجمهور والسوق وينعكس ذلك بالتأكيد على نتائج الحملة التسويقية واطهرت الدراسة ان العوائق والتحديات التي يواجهها مصممي الجرافيك (تقنية ، وثقافية ، وتنظيمية ومالية) قد تعيق قدرات المصممين الإبداعية .
- ويتضح أيضا جانب الابتكار في التوصيات التي قدمتها الدراسة بتهيئة بيئة أكثر مرونة ودعم لتعزيز الابتكار البصري في سياق التسويق المحلي .
- كما اكدت النتائج الى الحاجة تدريب المصممين على الأدوات الحديثة مما يساهم في توسيع قدرات المصممين الإبداعية والابتكارية .



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

