

التكليف الأول : دراسات نقدية

رابط البحث

الرابط

تقييم الرسالة البحثية

الأخطاء الإملائية والنحوية

نعم، توجد أخطاء إملائية ونحوية متعددة في الرسالة، بعضها فادح. من أبرزها:

- كتابة "الدراسة" بشكل "الد ارسه" في مواضع كثيرة، وهذا خلل تنسيقي متكرر يشوّه النص بشكل ملحوظ.
 - كتابة "قرارات" بشكل "ق ارر ات" و"استراتيجيات" بشكل "إست ارجيات" في عدة مواضع.
 - أخطاء نحوية مثل "تندر الد ارسات حول التسويق الرقمي عموماً ودوره التأثيري" حيث الجملة تحتاج إعادة صياغة.
 - خطأ في كتابة "توتير" بدلاً من "تويتير".
 - عبارة "996 من الشركات" والأرجح أنها "99%" أو رقم آخر.
 - اضطراب في علامات الترقيم وغيابها في مواضع كثيرة.
 - خلط بين التاء المربوطة والهاء في بعض المواضع.
 - بشكل عام، الأخطاء التنسيقية الناتجة عن تحويل الملف (الحروف المتقطعة) منتشرة بكثافة وتؤثر سلباً على مقروئية النص.
- ### الفهرسة
- الفهرسة موجودة وتغطي الفصول والمباحث الرئيسية مع أرقام الصفحات، لكن هناك ملاحظات:
- الفهرسة مقبولة من حيث الشكل العام، لكنها تفتقر إلى التنظيم الدقيق في بعض الأجزاء، فمثلاً بعض العناوين الفرعية مدرجة بعلامة "-" وأخرى بدون تمييز واضح عن العناوين الرئيسية.
 - هناك تفاوت في مستوى التفصيل بين الفصول؛ الفصل الثالث مفصل جداً في الفهرس بينما الفصلان الأول والثاني أقل تفصيلاً.
 - لا يوجد فهرس للجداول أو الأشكال رغم وجود رسوم بيانية في البحث.

اللغة والأسلوب

اللغة المستخدمة تتراوح بين البسيطة والأكاديمية. في بعض المواضع كانت واضحة وسلسة، لكن في مواضع أخرى كانت الجمل طويلة ومعقدة بشكل يُصعب الفهم، خاصة في الإطار النظري. كذلك هناك فقرات تبدو وكأنها منقولة من مصادر مختلفة دون إعادة صياغة موحدة، مما يخلق تفاوتاً في مستوى الأسلوب داخل النص الواحد.

المستخلصان (العربي والإنجليزي)

نعم، قام الباحث بصياغة مستخلصين: ملخص بالعربية (صفحات 7-9) وآخر بالإنجليزية Abstract (صفحات 10-11). لكن هناك ملاحظات:

- المستخلص العربي طويل نسبياً ويفتقر إلى ذكر المنهجية والنتائج بوضوح، فهو أقرب إلى مقدمة موسّعة منه إلى ملخص بحثي.
- المستخلص الإنجليزي يبدو ترجمة للعربي لكنه لا يتضمن كلمات مفتاحية ولا يذكر حجم العينة أو أدوات البحث.
- كلا المستخلصين لا يتبعان البنية المعيارية للمستخلص الأكاديمي (مشكلة، هدف، منهج، نتائج، توصيات).

الاقتراس

- نعم، هناك استخدام مفرط للاقتباس غير المباشر، وتظهر عدة إشكاليات:
- فقرات كاملة تبدو منقولة من مصادر دون إعادة صياغة حقيقية، خاصة في أقسام مزايا التسويق الإلكتروني وعيوبه.
 - في قسم "مفهوم التسويق الرقمي" (صفحات 44-46) هناك سرد متتابع لتعريفات من مصادر مختلفة بشكل يشبه القائمة أكثر من كونه تحليلاً نقدياً.
 - بعض المواضيع تفتقر إلى التوثيق رغم أن المعلومات تبدو مأخوذة من مصادر محددة.
 - المراجع قليلة نسبياً (10 مراجع فقط) مقارنة بحجم المحتوى المقتبس في الرسالة، مما يشير إلى احتمال وجود مصادر غير موثقة.