

اسم الطالبة : منى مسعود

الإجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، لأنها تهدف إلى وصف أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على أدوار ومهام السوق الرقمي، والتعرف على واقع استخدامها بين المختصين بالتسويق في المملكة العربية السعودية.

2- منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على منهج المسح، لأنه يساعد على جمع البيانات من أفراد الدراسة عن طريق الاستبيان، ومعرفة آرائهم حول أثر الذكاء الاصطناعي في مجال التسويق الرقمي.

3- مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من المختصين والعاملين في مجال التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية، سواء كانوا في شركات خاصة أو جهات حكومية أو وكالات تسويق.

4- عينة الدراسة

تتكون عينة الدراسة من عدد من المختصين في التسويق الرقمي داخل المملكة العربية السعودية، وسيتم اختيارهم بطريقة العينة المتاحة، مع استهداف جمع ما لا يقل عن (200) استبانة صالحة للتحليل.

5- أداة جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، لأنه مناسب لموضوع الدراسة ويساعد في التعرف على آراء المشاركين حول أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على أدوار ومهام السوق الرقمي.

6- مفاهيم الدراسة

المفاهيم الاصطلاحية

الذكاء الاصطناعي: هو تقنيات وأنظمة تساعد الأجهزة على تنفيذ مهام تشبه التفكير البشري، مثل التعلم وتحليل البيانات واتخاذ القرارات.

المسوق الرقمي: هو الشخص المسؤول عن تنفيذ الأنشطة التسويقية عبر المنصات الرقمية للوصول إلى العملاء وتحقيق أهداف المؤسسة.

المفاهيم الإجرائية

الذكاء الاصطناعي: يقصد به في هذه الدراسة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تنفيذ الأعمال التسويقية مثل إنشاء المحتوى وتحليل البيانات وتحسين الحملات التسويقية.

المسوق الرقمي: يقصد به العامل أو المختص في مجال التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية، والذي سيتم جمع البيانات منه من خلال الاستبيان