

جامعة ميدأوشن

التخصص : دكتوراة

القسم : التسويق

اسم الباحث/ نواف تركي المرييض

الرقم الجامعي / 232000733

العام / 2024 م

اسم المادة / قضايا بحثية

تکلیف ۳
قضایا بحثیة



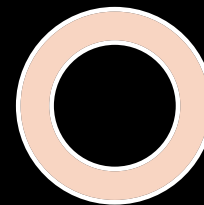
القدرات التسويقية كمتغير وسيط
في العلاقة بين قوة إدارة التسويق
وأداء البنوك:
~~مدخل~~ كمي

تحديد مشكلة الدراسة

-
- تم تحديد مشكلة الدراسة من خلال مراجعة الأدبيات السابقة التي تناولت تأثير قوة إدارة التسويق والقدرات التسويقية على أداء المنظمات. وقد تم التركيز على كيفية تأثير هذه القوة على النتائج التنظيمية، بما في ذلك أداء البنوك. هذا يظهر في الإشارة إلى الجدول القائم حول آثار قوة إدارة التسويق، حيث هناك دراسات تشير إلى تأثيرها الإيجابي على الأداء والكفاءة التنظيمية، وأخرى تشير إلى تآكل هذه القوة وتأثيرها المتواضع على أداء المنظمة.

صياغة المشكلة في سؤال رئيسي أو تساؤلات فرعية

-
- تمت صياغة مشكلة الدراسة من خلال طرح تساؤلات رئيسية وفرعية، حيث تم التساؤل عن كيفية تأثير قوة إدارة التسويق والقدرات التسويقية على أداء البنوك في الأجلين القصير والطويل. كما تم بناء فروض الدراسة وتوصيف وبناء نموذج القياس بناء على هذه التساؤلات، مما يعكس محاولة إيجاد حلول مقترحة لتلك المشكلة.



Thank

