

كلية الإدارة والتسويق . برنامج الدكتوراة في التسويق

دراسات نقدية ١ - الدكتور عادل عصام

نقد ورقة بحثية من حيث:

أهمية البحث

التصميم التفاعلي ودوره في عمليات التسويق المباشر

"تطبيقاً على التسويق العقاري في مصر"

إعداد: مجدي يوسف أحمد علي



دراسات نقدية ١ . تكليف المحاضرة رقم (٥)



نقد ورقة بحثية من حيث: أهمية البحث



التصميم التفاعلي ودوره في عمليات التسويق المباشر

"تطبيقاً على التسويق العقاري في مصر"

https://journals.ekb.eg/article_209689_03d830eceb3f66d20cf5a8e04bc33948.pdf

إعداد: د. ياسر محسن محمد فهمي

مدرس بكلية الفنون التطبيقية - جامعة ٦ أكتوبر - جمهورية مصر العربية

بناءً على تكليف المحاضرة رقم (٥) لمادة دراسات نقدية ١ - تقديم الدكتور عادل عصام، سأقوم بنقد الدراسة التالية التي نُشرت في نوفمبر ٢٠٢٣م في المجلد الثامن العدد رقم (٤٢) بمجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية بعنوان:

التصميم التفاعلي ودوره في عمليات التسويق المباشر
"تطبيقاً على التسويق العقاري في مصر"

من حيث:

أهمية البحث



01

التصميم التفاعلي ودوره في عمليات التسويق المباشر
"تطبيقاً على التسويق العقاري في مصر"

02

نقد أهمية البحث

بناءً على ما ورد في الدراسة فإن أهمية البحث تأتي لكونه يُسلط الضوء على التصميم الإعلاني التفاعلي ودوره في عمليات التسويق العقاري المباشر، ويؤكد على أهمية التكامل العلمي التقني والجمالي لفكر المصمم كطاقة بشرية مع المتطلبات الرقمية في التصميم الإعلاني التفاعلي وما يتبعه من تصميم UI & UX.

مجال الدراسة يعتبر حديثاً ويُسهّم في إثراء الأدبيات المشابهة، حيث جمع بين محاور ثلاثة وهي: التصميم التفاعلي، التقنيات الرقمية وعلم التسويق المباشر. كما أن البحث ذو أهمية لأنه يعكس علاقة المصمم الإبداعي بالمستهلك عبر بيئة تفاعلية تعتمد على نموذج الماكيت التفاعلي، وأن الدراسة قابلة للتطبيق في سوق العقارات لتطبيقها على مشروع كمبوند (أيون) بمدينة ٦ أكتوبر من خلال عملية عرض المعلومات والبيانات الخاصة بالمشروع وإمكانية المقارنة بين الوحدات، مما يساعد المسوقين في مجال العقار وشركات التطوير العقاري على إيجاد حلول عملية تفيدهم.

03

نقد أهمية البحث

إستخدام الماكيت التفاعلي في تسويق المشاريع العمرانية يُعد نقلة ومواكبة للتطورات في التسويق الرقمي في قطاعات تقليدية كالعقارات ويوفر قاعدة بيانات للعملاء من شأنها تُبقيهم على إطلاع بآخر مستجدات المشروع، وذلك يعزّز أيضاً التوجه العالمي والمصري نحو التحول الرقمي في التسويق ويزيد من المنافسة. صياغة "أهمية البحث" كانت مختصرة جداً وتفتقر للتفصيل، ولم توضح الجوانب التطبيقية كما لم يذكر الباحث إحصائيات وبيانات تبين بأن هناك قصوراً في إستخدام التصميم التفاعلي في التسويق العقاري بمصر وتدعم الحاجة الماسة لموضوع الدراسة.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

