

عرض العنوان لرسالة دكتوراه

(عنوان مطابق لمواصفات العنوان الجيد-
وعنوان آخر غير مطابق)

صلاح ربي زيد العتيبي

الرقم الجامعي: 251001397



مهارات بحثية 3
Week 02

التكليف (1)



عرض لعنوان رسالة دكتوراه مطابق لمواصفات العنوان الجيد،
وأخر غير مطابق، مع تقديم مقترح لتحسين العنوان ضمن معايير
عنوان البحث العلمي





عنوان الدراسة (1)

دورالمهارات القيادية في تعزيزالولاء التنظيمي بالشركات العائلية دراسة حالة عينة من الشركات العائلية الجزائرية



- من حيث الشمولية العنوان شامل للمجال والموضوع بشكل دقيق، تم تحديد بعدالدراسة الزماني عام 2020 عام تقديمها
- وبالنسبة للوضوح: يحتوي العنوان على عبارات واضحة ومصطلحات محددة ودقيقة تعبر عن أهداف الدراسة ومشكلتها.
- يوضح العنوان المنهج العلمي المتبع حيث تضمن عبارة "دراسة حالة"، ومجالها التطبيقي (الشركات العائلية الجزائرية).
- أما بالنسبة للدلالة: تضمن العنوان دلالات موضوعية واضحة لموضوع الدراسة ومتغيراتها الأساسية حيث تناولت الكشف عن دور "المهارات القيادية" كمتغير مستقل في "الولاء التنظيمي بالشركات العائلية" كمتغير تابع
- تضمن العنوان مجتمع وعينة الدراسة الذي تمثل في الشركات العائلية الجزائرية



<https://asjp.cerist.dz/en/article/208836>

عنوان الدراسة (2)

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق من خلال استخدامها كوسيلة للإعلان :
دراسة حالة المملكة العربية السعودية 2001-2016



- من حيث الشمولية العنوان شامل للمجال والموضوع، تم تحديد بُعد الدراسة الزمني، إلا أن الفترة طويلة نسبياً دون مبرر واضح.
- وبالنسبة للوضوح: يحتوي العنوان على عبارات واضحة ومصطلحات محددة تعبر عن أهداف الدراسة ومشكلتها، إلا أنه يحتوي على كلمات تكرر مفهوماً متضمناً بالفعل في مصطلح التسويق مثل الإعلان.
- العنوان طويل نسبياً، ويتضمن تراكيب يمكن تبسيطها دون الإخلال بالمعنى مثل "من خلال استخدامها كوسيلة للإعلان"
- يوضح العنوان المنهج العلمي المتبع حيث تضمن عبارة "دراسة حالة"، ولكنه لم يحدد مجالها التطبيقي بوضوح، هل هو في قطاع محدد داخل السعودية أو مؤسسة معينة؟ مما يضعف الإطار التطبيقي للبحث.
- أما بالنسبة للدلالة: تضمن العنوان دلالات موضوعية واضحة لموضوع الدراسة ومتغيراتها ولكن لم يتم توضيح نوع التسويق (إلكتروني، تفاعلي، رقمي.. الخ)، ولا طبيعة العلاقة أو الأثر المقصود هل هو على المبيعات أو على سلوك المستهلك؟ كما أن هناك خلط بين مفهومي التسويق والإعلان، وكأن الموضوع يتناول موضوعين متوازيين مما يربك الفكرة الرئيسية للبحث ويقلل من تركيزه
- العنوان المقترح:

أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء التسويقي للمؤسسات في المملكة العربية السعودية:
دراسة حالة خلال الفترة (2001-2016)

في العنوان المقترح تم مراعاة الشمولية والوضوح والدلالة، ليتسم بصيغة أكثر تحليلية تربط المتغير المستقل (استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) بالمتغير التابع (الأداء التسويقي) وتوضح هدف الدراسة ومجالها



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

