

تقرير السيمينار العلمى

إشراف

د.محمد عويس

د.شيرين كدواني

الفصل الدراسي الأول 2025

بيانات العناوين البحثية:

إجمالي عدد الطلاب	♦ 16 طالب
إجمالي عدد الخطط البحثية	♦ 14 خطة
إجمالي عدد الخطط الفردية	♦ 14 خطة
من تخلفوا عن التسليم	♦ 2 طلاب

المحاور الرئيسية للعرض

❖ كلمة افتتاحية للدكتور / محمد عويس.

❖ مناقشة المجموعة الأولى التي تتضمن 5 خطط بحثية (د/ شرين الكيدواني).

❖ مناقشة المجموعة الثانية التي تتضمن 5 خطط بحثية (د/ مهيتاب الرافعي).

❖ مناقشة المجموعة الثالثة التي تتضمن 4 خطط بحثية (د/ شريهان محمد توفيق).

❖ كلمة ختامية للدكتور / محمد عويس.

تحية طيبة وبعد...

مقدم لسيادتكم ملخص حول العرض التقديمي للسينار لقسم التسويق الرقمي لكلية الإعلام والتسويق المحدد يوم الأربعاء الموافق 19 مارس 2025 في تمام الساعة 11 مساءً بتوقيت مكة المكرمة.

يتضمن السينار 14 خطة بحثية للمناقشة باستضافة ثلاثة من أعضاء هيئة التدريس في تخصص التسويق الرقمي، حيث يكلف كل عضو هيئة تدريس بمناقشة عدد من الخطط البحثية في غضون 5 دقائق لكل باحث، وذلك من خلال عرض الخطة البحثية من قبل عضو هيئة التدريس لكل باحث منسوبة إليه، وذكر ملخص سريع بالتعليق على خطة كل باحث.

ويتضمن ترتيب عرض الحضور كآآتي:

المناقش الأول: د. شرين الكيدواني.

المناقش الثاني: د. مهيتاب الرافي.

المناقش الثالث: د. شريهان محمد توفيق.

ومرفق لسيادتكم جدول بالخطط البحثية والباحثين المنسوبة لكل عضو هيئة تدريس.

المجموعة الأولى: د شرين الكيدواني

اسم الطالب	عنوان البحث
1. عبد الرحمن الشيبني	تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي المدفوعة والعضوية على العائد من الاستثمار: دراسة ميدانية التعليقات: 1- العنوان : تحديد النطاق الجغرافي (السعودية) ، تحديد نوع المنتجات أو الخدمات محل التسويق. 2- المقدمة : جيدة وتمهيدية، تحتاج توثيق المراجع. 3- التدقيق والمراجعة اللغوية. 4- الدراسات السابقة حديثة ومتنوعة، تقسم لمحاور، ترتب من الأحدث إلى الأقدم، ترقيمها. - إضافة التعليق على الدراسات السابقة . 5- تساؤلات الدراسة (تكتب بعنوان مستقل بعيدا عن المشكلة)، تطبق على الدراسة (من وجهة نظر المبحوثين)، عدم استخدام الأسئلة المغلقة (هل). 6- فروض الدراسة: عدم كتابة ارقام معينة. 7- إضافة نوع ومنهج الدراسة بعنوان مستقل (دراسة وصفية) (منهج المسح) . 8- مفاهيم الدراسة (الاصطلاحية من المراجع ، والإجرائية بأسلوب الباحث وليس مراجع). 9- توثيق الإطار النظري بالمراجع. 10- إضافة أداة جمع البيانات. 11- المراجع (الترتيب الابجدي).
2. نور على وهدان	تأثير الإعلانات الرقمية والتوصيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي على سلوك المستهلك السعودي في التسوق عبر الإنترنت التعليقات: 1- الغلاف (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في الإعلام الرقمي) الشهر والسنة.

- 2- **الدراسات السابقة** ترقيمها، ترتب من الأحدث إلى الأقدم، كتابة اسم الباحث والسنة في بداية الفقرة.
- 3- **مشكلة الدراسة** تختصر.
- 4- **أهمية الدراسة** (أهمية علمية – الجانب الأكاديمي والمكتبة الإعلامية).
- 5- إضافة **نوع الدراسة** بعنوان مستقل (دراسة وصفية) .
- 6- إضافة **عينة الدراسة** (400 مبحوث) وليس 100 .
- 7- توثيق **الإطار النظري** بالمراجع.
- 8- إضافة **أدوات جمع البيانات** بعنوان مستقل (الاستبيان) .
- 9- **المراجع** ترقيمها، (ترتيب أبجدي).

رؤية خبراء التسويق الرقمي لاستخدامات الذكاء الاصطناعي في التسويق وتأثيرها على إقناع العملاء

التعليقات:

1- **العنوان** (تحديد النطاق الجغرافي/ السعودية).

اتجاهات خبراء التسويق السعوديين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق وتأثيره على رضا العملاء
دراسة ميدانية

-**الغلاف** (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في الإعلام الرقمي) .
-التدقيق والمراجعة اللغوية.

2- **المقدمة** (توثق بالمراجع). تختصر، عدم الإكثار من الدراسات السابقة، الدراسة وليس البحث، استخدام جملة انتقالية في نهاية المقدمة (ومن ثم تسعى الدراسة إلى).

3- **الدراسات السابقة** (متنوعة وحديثة ومقسمة لمحاور)، المحور الثاني مكرر عن الذكاء الاصطناعي وليس جذب العملاء.

4- **تساؤلات الدراسة** : لا نستخدم الأسئلة المغلقة (هل).

5- **الإطار النظري للدراسة** يوثق بالمراجع. ويشير لنظرية علمية، والإطار المعرفي .

6- إضافة **نوع ومنهج الدراسة** بعنوان مستقل (دراسة وصفية) (منهج المسح) بدل منهجية البحث.

3. فريدة محسن فريد

7-إضافة أداة جمع البيانات (الاستبيان) عنوان مستقل. 8-إضافة مجتمع وعينة الدراسة عنوان مستقل. 9- إضافة مفاهيم الدراسة (الاصطلاحية من المراجع، والإجرائية بأسلوب الباحث). 10-مراجع الدراسة، ترقيمها، ترتيب أبجدي. 11- التقسيم المقترح لفصول الدراسة (تعديل) الأول: الإطار المنهجي/ الثاني : الإطار النظري، الثالث الإطار المعرفي، الرابع : نتائج الدراسة.		
فاعلية إستراتيجيات التسويق الرقمي المدعوم بالذكاء الاصطناعي في ترويج منتجات حلول الأمن السيبراني في المملكة العربية السعودية التعليقات: 1-العنوان: إضافة (دراسة ميدانية). الموضوع حديث ومهم جداً. 2- الغلاف (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في الإعلام الرقمي) . 3- التنسيق والمراجعة اللغوية وعلامات الترقيم. إضافة الفهرس. 4- المقدمة: جيدة وتمهيدية ومدعمة بالإحصاءات والمراجع الحديثة. 5- الدراسات السابقة حديثة ومتنوعة، ترقيمها، كتابة أسماء الباحثين الأجانب باللغة الإنجليزية وليس العربية. 6- أهمية الدراسة وليس البحث، مكررة، تحذف الاولى . 7- تساؤلات الدراسة: عدم استخدام (ما هي) للعاقل. 8-إضافة نوع الدراسة بعنوان مستقل (دراسة وصفية) ومنهج الدراسة (منهج المسح). 9- مفاهيم الدراسة (الاصطلاحية تحتاج التوثيق من المراجع)، حذف المصطلحات الإنجليزية، لغة الدراسة عربية. 10- الإطار النظري للدراسة : توثيق المراجع ناقص. 11- إضافة مجتمع وعينة الدراسة . 12- أدوات جمع البيانات (يكتب الاستبيان). 13-مراجع الدراسة، ترتيب أبجدي.	أروى عبد الحكيم أحمد جمعة	4.

دور التسويق عبر المستهلكين في تشكيل قرارات الشراء

التعليقات:

1-تعديل العنوان:

دور التسويق عبر المستهلكين في تشكيل قرارات الشراء لدى المستهلك السعودي
دراسة ميدانية

- 2- الغلاف (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في الإعلام الرقمي).
- 3- تحديد نوع المنتجات أو الخدمات محل الدراسة.
- 4- المقدمة : البحث عن مراجع حديثة، استخدام جملة انتقالية في ختام المقدمة (ومن ثم ، تسعى الدراسة إلى).
- 5- الدراسات السابقة: تقسم إلى محاور ، ترقيمها، ترتب من الأحدث إلى الأقدم، الاستعانة بدراسات أحدث اخر 5 أعوام، زيادة عدد الدراسات.
- التعليق على الدراسات السابقة: إضافة الفجوة البحثية.
- 6- مشكلة الدراسة : تكون ذاتية بأسلوب الباحث، تحذف المراجع.
- 7- أهمية الدراسة : ذاتية بأسلوب الباحث، حذف المراجع.
- 8- مفاهيم الدراسة، إضافة المفاهيم الإجرائية (تكتب بأسلوب الباحث).
- 9- إضافة مجتمع وعينة الدراسة.
- 10- المراجع ترتب أبجدياً.

5.

عبد الله عمر العاوير

المجموعة الثانية: د مهيتاب الرافي

اسم الطالب	عنوان البحث
1. سلطان الراددي	Marketing Experts' Perspectives on the Role of Digital Marketing in Enhancing Sustainability in Saudi Arabia's Petrochemical Industry Field Study التعليقات: - تعديل العنوان من بحث مرجعي إلي دراسة ميدانية. - بدء الدراسة بمقدمة الدراسة. - يرجى إضافة الفرضيات للدراسة. - إضافة نوع الدراسة والمنهج وأدوات جمع البيانات وعينة الدراسة. - التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة.
2. روبا عصام عبد العزيز غراب	التحديات التي تواجه المصممين الجرافيكين في تعزيز حملات التسويق الرقمي في السوق السعودي التعليقات: - العنوان: يفضل إضافة للعنوان كلمة "دراسة ميدانية" - التوسع في مقدمة الدراسة. - إضافة التعليق على الدراسات السابقة. - الإطار النظري يوضع في فصل بمفرده.
3. محمود هزيم	محددات الإنفاق التسويقي في السوق العقاري السعودي التعليقات: - لم يتم تقديم عرض فعلي للدراسات السابقة، وإكمال التعليق على الدراسات السابقة. - التنوع في أدوات الاستفهام لأسئلة الدراسة. - تعديل صياغة كتابة الفروض العلمية، مثل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ، - ويرجى التركيز على نظرية أو اثنين في الدراسة. - وتكملة جميع الأجزاء الباقية. - إضافة المراجع العربية والإنجليزية.
4. زينب رضوان	العوامل المحفزة للاستجابة للعروض والتخفيضات في التسويق الإلكتروني: دراسة ميدانية التعليقات: - يفضل تقسيم الدراسات إلي محاور. - دمج التعليق على الدراسات السابقة مع الفجوة البحثية. - تعديل الحدود الزمانية لتبدأ من العام الحالي 2025.

		الإطار النظري يتم إضافته في فصل داخل الدراسة، وعدم إضافة خاتمة ويتم تقسيمها إلي مباحث.
5.	علي عباس	استراتيجيات التسويق الرقمي في حسابات الأندية الرياضية السعودية – دراسة تحليلية التعليقات: المناقشة مع المشرف في حلقة النقاش

المجموعة الثالث: د شريهان محمد توفيق

اسم الطالب	عنوان البحث
1.	ناريمان محمد الحسين تأثير تجارب التسوق المخصصة بالذكاء الاصطناعي على رضا العملاء التعليقات: - مقدمة الدراسة يرجى التعمق فيها وتدعيمها بالمراجع والكتابة الذاتية. - عدم عرض مشكلة الدراسة. - تعديل أهمية الدراسة لتلائم أهمية الغرض من إجراء هذه الدراسة. - التساؤلات لم يتم صياغتها بشكل علمي. - الدراسات السابقة غير كافية يوجد فقط دراستين يرجى إضافة دراسات سابقة، وترتيب الدراسات من الأحدث إلي الأقدم. - يجب أن تكتب أسماء الباحثين الأجانب بلغة الإنجليزية - الفرضيات تحتاج إلى إعادة صياغتها بأسلوب علمي. - تعديل منهج الدراسة وتوضيح نوع الدراسة، وأدوات جمع البيانات. - وترقيم وتعديل كتابة المراجع.
2.	ولاء الأحمد توظيف التسويق الرقمي في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات السعودية كأداة لحوكمة الشركات: دراسة ميدانية التعليقات: المناقشة مع المشرف في حلقة النقاش

3.	عبد الكريم محمد	فعالية التسويق الرقمي على تيك توك مقابل إنستغرام وسناب شات: دراسة مقارنة <u>التعليقات:</u> ■ المقدمة مختصرة للغاية. ■ أهمية الدراسة والتساؤلات مختصرة. ■ إعادة صياغة المشكلة البحثية، واستخدام كلمة "دراسة" محل "بحث". ■ أهمية الدراسة والمنهج لم توضح تفاصيل الموضوع. ■ أدوات تحليل الدراسة غير واضحة، وعدم توضيح منهج الدراسة. ■ يرجى إضافة دراسات سابقة، والتعليق عليها.
4.	عبد العزيز المسردي	صناعة المحتوى وتأثيره على التسويق الرقمي <u>التعليقات:</u> ■ المناقشة مع المشرف في حلقة النقاش

وتفضلوا بقبول كل الشكر والتقدير