

المهمة الثانية - مقرر مهارات بحثية 3

عمل الطالبة : مها حمد الحمودي
الرقم الجامعي: 252001816
إشراف الدكتورة: سنية سبع



المهمة المطلوبة



عرض مقدمة لدراسة أو رسالة علمية مع توضيح أسباب اختيار تلك المقدمة سواء لتمييزها أو بسبب وجود انتقادات من وجهة نظر الباحث. ثم يقوم الباحث بكتابة مقدمة بحثية لمتغيرات من اختياره، بالإضافة للإشارة لأهم ما يجب أخذه في الاعتبار عند كتابة مقدمة الدراسة البحثية.

عنوان رسالة الدكتوراة

“The Effect of Using Social Media Marketing on Customer Engagement in the Public Sector “: The Case of the Zakat Fund

- الباحث: سلطان فيصل علي الريميثي
- الجامعة: جامعة الإمارات العربية المتحدة
- الكلية: كلية إدارة الأعمال والاقتصاد
- الدرجة العلمية: دكتوراه إدارة الأعمال
- موضوع الرسالة: دراسة أثر استخدام التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز تفاعل العملاء في القطاع العام، من خلال دراسة حالة صندوق الزكاة في دولة الإمارات العربية المتحدة.

تحمل الرسالة عنوان:

“The Effect of Using Social Media Marketing on Customer Engagement in the Public Sector”: The Case of the Zakat Fund

وقد أعدها الباحث سلطان فيصل علي الريميثي ضمن متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال بجامعة الإمارات العربية المتحدة عام 2017 تحت إشراف الأستاذ الدكتور رياض عيد.

ثانياً: عرض مقدمة الدراسة

تناولت مقدمة الدراسة التحولات التي أحدثتها وسائل التواصل الاجتماعي في أساليب الاتصال والتسويق، وأوضحت أن المؤسسات لم تعد تعتمد على القنوات التقليدية في بناء علاقتها مع العملاء، بل أصبحت منصات التواصل الاجتماعي أداة استراتيجية لتعزيز التفاعل والمشاركة.

كما أبرزت المقدمة أن المؤسسات الحكومية بدأت بدورها في تبني وسائل التواصل الاجتماعي لتحسين جودة الخدمات المقدمة، وتعزيز التواصل مع الجمهور، وزيادة مستوى الشفافية والاستجابة لاحتياجات المستفيدين.

وفي هذا السياق، أشارت الدراسة إلى وجود حاجة متزايدة لفهم كيفية تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز تفاعل العملاء داخل القطاع العام، باعتباره مجالاً لم يحظ بالاهتمام البحثي الكافي مقارنة بالقطاع الخاص. وانطلاقاً من ذلك، ركزت الدراسة على صندوق الزكاة الإماراتي بوصفه حالة تطبيقية لدراسة العلاقة بين استخدام التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومستويات تفاعل العملاء وسلوكياتهم المختلفة.

ثالثاً: أسباب اختيار الباحث لهذه المقدمة

- يمكن استنتاج أسباب اختيار الباحث لهذه المقدمة فيما يأتي:
- التطور المتسارع في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات المختلفة.
 - انتقال المؤسسات الحكومية نحو تبني أدوات التسويق الرقمي.
 - أهمية تفاعل العملاء بوصفه مؤشراً على نجاح الجهود التسويقية.
 - محدودية الدراسات التي تناولت العلاقة بين التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتفاعل العملاء في القطاع العام.
 - الحاجة إلى تقديم أدلة تطبيقية تساعد متخذي القرار في المؤسسات الحكومية على تحسين استراتيجيات التواصل مع الجمهور.

رابعاً: تقييم المقدمة وتميزها

تتميز المقدمة بعدد من الجوانب الإيجابية، من أبرزها:

نقاط القوة

- الانتقال المنطقي من العام إلى الخاص؛ إذ بدأت بالتحويلات الرقمية ثم انتقلت إلى القطاع العام ثم حالة صندوق الزكاة.
- إبراز أهمية المشكلة البحثية بصورة واضحة.
- توضيح الفجوة البحثية التي تسعى الدراسة إلى معالجتها.
- ربط موضوع الدراسة بواقع عملي وتطبيقي.
- إظهار الأهمية العلمية والتطبيقية للبحث.

خامساً: الملاحظات النقدية

- وعلى الرغم من تميز المقدمة، إلا أنه يمكن توجيه بعض الملاحظات النقدية إليها، منها:
- الإطالة نسبياً في استعراض الخلفية العامة المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي.
 - عدم التحديد المبكر لمتغيرات الدراسة الرئيسة منذ الفقرات الأولى.
 - التركيز الكبير على أهمية وسائل التواصل الاجتماعي بصورة عامة قبل الانتقال إلى المشكلة البحثية الفعلية.
 - كان من الممكن إبراز الفجوة البحثية بشكل أكثر مباشرة ودقة.
 - عدم تخصيص مساحة كافية لتوضيح خصوصية البيئة الحكومية مقارنة بالقطاع الخاص.

سادساً: إضافة مقدمة بحثية لمتغيرات الدراسة

اعتمدت الدراسة على متغيرين رئيسيين هما: المتغير المستقل: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي. والمتغير التابع: تفاعل العملاء. وفي ضوء ذلك، يمكن إعادة صياغة مقدمة بحثية مناسبة على النحو الآتي:

شهدت السنوات الأخيرة تطوراً متسارعاً في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي أدى إلى تحول جذري في أساليب الاتصال والتسويق بين المؤسسات وجمهورها. وقد أصبحت هذه المنصات أدوات استراتيجية تتيح للمؤسسات بناء علاقات أكثر قرباً مع العملاء، وتوفير قنوات تفاعلية تساهم في تعزيز المشاركة وتبادل الآراء والخبرات.

وفي القطاع العام على وجه الخصوص، برزت الحاجة إلى توظيف وسائل التواصل الاجتماعي بصورة أكثر فاعلية لتحسين جودة الخدمات المقدمة وتعزيز ثقة المستفيدين ورفع مستويات التفاعل معهم. ويُعد تفاعل العملاء أحد المؤشرات المهمة التي تعكس نجاح المؤسسات في بناء علاقات مستدامة مع جمهورها، لما له من أثر في زيادة الولاء، وتعزيز المشاركة الإيجابية، وتحسين الصورة المؤسسية.

وعلى الرغم من تنامي الدراسات المتعلقة بالتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فإن معظمها ركز على القطاع الخاص، في حين ما زالت الدراسات التطبيقية في القطاع العام محدودة نسبياً، الأمر الذي يبرز الحاجة إلى بحث العلاقة بين استخدام التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتفاعل العملاء داخل المؤسسات الحكومية. ومن هنا تنبع أهمية هذه الدراسة في محاولة الكشف عن طبيعة هذه العلاقة وتقديم نتائج يمكن الاستفادة منها في تطوير الممارسات التسويقية وتعزيز مشاركة المستفيدين.

سابعاً: أهم الأمور التي يجب مراعاتها عند كتابة مقدمة الدراسة

- البدء بخلفية عامة مرتبطة بموضوع البحث.
- الانتقال التدريجي من العام إلى الخاص.
- توضيح المشكلة البحثية بوضوح ودقة.
- إبراز الفجوة البحثية التي تعالجها الدراسة أو تسعى لسدها.
- تعريف المتغيرات الرئيسة للدراسة بوضوح.
- بيان الأهمية العلمية والتطبيقية للبحث.
- ربط الدراسة بسياقها الواقعي ومجتمعها البحثي.
- تجنب الإطالة والمعلومات غير المرتبطة مباشرة بموضوع الدراسة.

United Arab Emirates University
Scholarworks@UAEU

Theses

Electronic Theses and Dissertations

4-2017

The Effect of Using Social Media Marketing on Customer Engagement in the Public Sector: The Case of the Zakat Fund

Sultan Faisal Ali Alremeithi

Follow this and additional works at: https://scholarworks.uaeu.ac.ae/all_theses
Part of the Business Commons

Recommended Citation

Ali Alremeithi, Sultan Faisal, "The Effect of Using Social Media Marketing on Customer Engagement in the Public Sector: The Case of the Zakat Fund" (2017). *Theses*. 635.
https://scholarworks.uaeu.ac.ae/all_theses/635

This Dissertation is brought to you for free and open access by the Electronic Theses and Dissertations at Scholarworks@UAEU. It has been accepted for inclusion in Theses by an authorized administrator of Scholarworks@UAEU. For more information, please contact mariam_aljaberi@uaeu.ac.ae.

2

رابط الرسالة





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

