

أثر التقييم وتجربة العميل ورضاه على قيمة العلامة التجارية في مكاتب وشركات الاستشارات الهندسية والمقاولات في المملكة العربية السعودية: دراسة تطبيقية مع التركيز على خدمات ما بعد البيع

إعداد الطالب/

زياد بن محسن المورعي

إشراف/

د.فايز جراد

د.الفصل عبد الحميد

العام الدراسي:

2025

حقوق الطباعة

جميع حقوق الطباعة والنشر محفوظة لجامعة ميدأوشن.

لا يجوز نسخ أو إعادة إنتاج أو نشر أي جزء من هذه الرسالة بأي وسيلة كانت دون إذن خطي مسبق من الجامعة.

زياد بن محسن المورعي

جامعة ميدأوشن – كلية الإدارة

2025

الملخص

يقدم هذا البحث دراسة حول أثر التقييم، وتجربة العميل، ورضاه على قيمة العلامة التجارية في مكاتب وشركات الاستشارات الهندسية والمقاولات في المملكة العربية السعودية، مع التركيز على خدمات ما بعد البيع، تم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي لجمع البيانات من خلال استبيانات وتحليلها إحصائيًا، وتشير النتائج إلى وجود علاقة إيجابية بين رضا العملاء وقيمة العلامة التجارية، بالإضافة إلى تأثير قوي لخدمات ما بعد البيع في تعزيز هذه العلاقة.

الكلمات المفتاحية: تقييم العميل، تجربة العميل، رضا العميل، خدمات ما بعد البيع، العلامة التجارية.

الشكر والتقدير

ستتم كتابته لاحقاً.

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

قائمة المصطلحات

قائمة الاختصارات

الفصل الأول: الإطار العام للبحث

- 1- توضيح موضوع البحث وأهميته في قطاع الاستشارات الهندسية والمقاولات، ودور التقييم وتجربة العميل وخدمات ما بعد البيع في تعزيز قيمة العلامة التجارية.
- 2- عرض مشكلة البحث، فرضياته، أهدافه، وأهميته العلمية والعملية.
- 3- منهجية البحث بشكل عام ومحدداته.

الفصل الثاني: الإطار النظري والتعريفات الأساسية

استعراض التعريفات الأساسية مثل تجربة العميل، رضا العميل، خدمات ما بعد البيع، ونماذج نظرية وأطر تقييم ذات علاقة.

الفصل الثالث: المنهجية التفصيلية

- 1- وصف تصميم البحث، المجتمع والعينة.
- 2- تشمل أدوات البحث استبيانات مصممة خصيصًا لقياس رضا العملاء وتجربتهم، ويتم تحليل البيانات باستخدام برامج إحصائية مثل SPSS.
- 3- توضيح طرق جمع البيانات وتحليلها إحصائيًا.

الفصل الرابع: النتائج والتحليل

- 1- عرض النتائج التي تم التوصل إليها من خلال تحليل البيانات.
- 2- جداول وأشكال توضيحية.
- 3- تحليل النتائج وربطها بالفرضيات.

الفصل الخامس: المناقشة والاستنتاجات والتوصيات

- 1- مناقشة شاملة للنتائج وربطها بالدراسات السابقة والنظريات.
- 2- استنتاجات البحث ومدى تحقيق أهدافه.
- 3- توصيات عملية وأكاديمية للبحوث المستقبلية.

قائمة المراجع

تتضمن قائمة المراجع الكتب، المقالات، المصادر الإلكترونية وغيرها، مرتبة أبجديًا بدون ترقيم، ومنسقة حسب إرشادات الجامعة.

الملاحق

تضم الملاحق الاستبيانات، الجداول التفصيلية، وأدوات البحث الأخرى.