

أولاً: خطط دكتور شيرين كدواني

الخطوة الأولى: نسرين الصديق خليفة

دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين تخصيص تجربة العملاء في الرقمية

دراسة ميدانية على المسوقين السعوديين

- 1-الموضوع حديث ومهم.
- 2- **العنوان:** تحديد النطاق الجغرافي (السعودية)، وتحديد نوع النشاط التجاري المقصود.
- 3- **المقدمة** تمهيدية جيدة ومراجعتها حديثة. حذف مشكلة البحث وأهداف البحث من المقدمة.
- 4- الدراسات **السابقة:** متميزة وحديثة، صياغة عنوان المحاور كالتالي (دراسات تناولت ...)، وترتب من الأحدث إلى الأقدم.
- 5- **التعليق على الدراسات السابقة:** وليس التحليل العام، متميز.
- 6- **تساؤلات الدراسة:** وليس أسئلة، (هو وهي للعاقل).
- 7- **مفاهيم الدراسة،** توثيق المفاهيم الاصطلاحية بالمراجع في نهاية الفقرة.
- 8- **فروض الدراسة** تأتي بعد التساؤلات مباشرة.
- الفرض الثاني (علاقة ارتباط إيجابية وليس سلبية).
- الفرض الثالث (توجد فروق بين المسوقين: تضاف عوامل (الخبرة في ممارسة المهنة – التخصص العلمي)
- صياغة فرض يتعلق بالنظرية العلمية المستخدمة (قبول التكنولوجيا: المنفعة المدركة – سهولة الاستخدام المدركة).
- 9- **نوع الدراسة** (وصفية)، **منهج** الدراسة (منهج المسح).
- 10 – **المراجع** (ترتب أبجدياً).

الخطوة الثانية: أحلام عبد الله الشمراني

دور إدارة وسائل التواصل الاجتماعي في للشركات السعودية الناشئة في توسيع قاعدة عملائها في المملكة العربية السعودية

دراسة ميدانية

- 1-الموضوع حديث ومهم.
- 2- **الغلاف** (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي)، (الشهر / فبراير 2025م).
- 3- **المقدمة** تمهيدية متميزة، واستندت على مراجع وتقارير حديثة.
- 4- **الدراسات السابقة:**

-تقسم إلى محورين (دراسات تناولت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق، دراسات تناولت التسويق في الشركات الناشئة).

-الدراسات الخاصة بالشركات الناشئة: تتضمن دراسات غير ذات صلة مباشرة بالتسويق، لذا تحذف وتوضع مكانها دراسات معنية بالتسويق واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الشركات الناشئة.

5- **الإطار النظري للدراسة** (يجب أن يشير إلى النظرية العلمية المستخدمة)، ويختلف عن الإطار المعرفي.

6- **نوع الدراسة (وصفية)، منهج الدراسة (منهج المسح).**

7- **أدوات جمع البيانات (ميدانية أم تحليلية؟).**

الخطوة الثالثة: محمد حسن الزهراني

The Impact of Gamified Reward Mechanisms on Player Loyalty and In-Game Spending: A Field Study

1-الموضوع حديث.

2- **الغلاف** (خطة بحثية مقدمة للتسجيل لدرجة الماجستير في التسويق الرقمي)، (الشهر/2025).

3- **المقدمة** (تمهيدية وبها مراجع وإحصائيات).

4- **الدراسات السابقة**: ترتب من الأحدث إلى الأقدم، متنوعة وحديثة ومقسمة إلى محاور. والتعليق عليها جيد جداً.

5- **مشكلة الدراسة، أهمية الدراسة متميزة (نظرية وتطبيقية)، تساؤلات وفروض** الدراسة متميزة، **مفاهيم** الدراسة شاملة اصطلاحية وإجرائية.

6- **الإطار النظري** مميز. والنظريات العلمية ملائمة لموضوع الدراسة.

7- **تحديد حجم العينة.**

8- **المراجع** موثقة جيداً.

الخطوة الرابعة: تهناني على ناصر إسماعيل

دور التسويق الفيروسي للمتاجر الإلكترونية في عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي

بالعلامة التجارية في المملكة العربية السعودية

دراسة ميدانية

1-الموضوع حديث ومهم.

2- **المقدمة** (تمهيدية) تحتاج للتعريف أكثر بالتسويق الفيروسي ومفهومه وأدواته. تختم بجملة انتقالية (مثل: ومن ثم، تسعى الدراسة إلى ...).

3- **التدقيق اللغوي.**

4- **الدراسات السابقة** متنوعة وحديثة، ومقسمة إلى محاور.

5- **مشكلة الدراسة متميزة (نقل الدراسات والإحصاءات لمقدمة الدراسة).**

- 6- **أهمية** الدراسة وليس البحث، جيدة ومقسمة إلى (علمية – تطبيقية)، حذف التمهيد الموجود بها حول النظريات.
- 7- **تساؤلات** الدراسة، وليس أسئلة، زيادة عددها.
- 8- **فروض الدراسة**: تصاغ بشكل مفصل، كل فرض مستقل دون فروض فرعية. يضاف فرض خاص باختبار تأثير المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (كثافة الاستخدام، معدل التعرض، النوع، السن، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي).
- 9- **نوع** الدراسة (وصفية)، **منهج** الدراسة (منهج المسح).
- 10- **عينة** الدراسة محدودة (50).

الخطوة الخامسة: أشرف جمعة أبكر ناصر

تأثير دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في التصاميم البصرية للمتاجر الرقمية على تفاعل المستهلكين السعوديين وقرارات الشراء لديهم
دراسة ميدانية

- 1-الموضوع حديث ومهم.
- 2- **المقدمة** (تمهيدية وبها مراجع حديثة 2025).
- 3- **الدراسات السابقة** متنوعة وحديثة، ومقسمة إلى محاور، عرض متميز.
- 4- **التعليق على الدراسات السابقة**: وليس التحليل العام، متميز، لكن لا داعي لإعادة رصد نتائج الدراسات مرة أخرى، يكفي التركيز على الفجوة بالأساس، وما ستقدمه الدراسة الحالية.
- 5- **مشكلة** الدراسة متميزة (نقل الدراسات والإحصاءات لمقدمة الدراسة)، **أهمية** الدراسة: جيدة ومقسمة إلى (علمية – تطبيقية).
- 6- **تساؤلات** الدراسة، **الأهداف والمفاهيم** مرتبة ومنظمة جيداً.
- 7- **فروض الدراسة**: تأتي بعد التساؤلات مباشرة.
- 8- **الإطار النظري** مميز. والنظريات العلمية ملائمة لموضوع الدراسة.
- 9- **نوع** الدراسة (وصفية)، **منهج** الدراسة (منهج المسح).

الخطوة السادسة: محمد جمال الكولي

إدارة الشركات السعودية للمحتوى التسويقي في على مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على الثقة في العلامة التجارية

إدارة الشركات للمحتوى التسويقي على مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على الثقة في العلامة التجارية لدى المستهلك السعودي
دراسة ميدانية

- 1-الموضوع حديث ومهم.
- 2- **المقدمة** (تمهيدية وبها مراجع)، تحتاج إلى الاختصار.

- 3- **الدراسات السابقة** تحتاج ترتب من الأحدث إلى الأقدم، متنوعة وحديثة، ومقسمة إلى محاور.
- 4- **التعليق على الدراسات السابقة**: لا داعي لإعادة رصد نتائج الدراسات مرة أخرى، يكفي التركيز على الفجوة بالأساس، وما ستقدمه الدراسة الحالية.
- 5- التدقيق اللغوي.
- 6- **مشكلة الدراسة** تكون ذاتية وليست من مراجع (نقل الدراسات والإحصاءات لمقدمة الدراسة)، **أهمية الدراسة**: جيدة ومقسمة إلى (علمية – تطبيقية).
- 7- **تساؤلات الدراسة، والأهداف والمفاهيم** جيدة.
- 8- **فروض الدراسة**: تأتي بعد التساؤلات مباشرة.
- 9- **الإطار النظري**: النظريات العلمية ملائمة لموضوع الدراسة، النظرية الأولى غير موثقة.
- 10- **نوع الدراسة** (وصفية)، **منهج** الدراسة (منهج المسح).
- 11- **عينة الدراسة** محدودة (100).
- 12- **أداة جمع البيانات** تعرض تحت عنوان منفصل.

ثانياً: خطط دكتور مهيتاب

الخطة الأولى: روان محمد عبد الواسع

التحديات التسويقية وأثرها على استدامة ونمو الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية

- 1- تنوع صيغة الاستفهام في التساؤلات.
- 2- الفروض يجب إعادة الصياغة ب هناك علاقة ذات دلالة إحصائية.
- 3- وهذه الدراسة جيدة
- 4- تم استخدام الإطار النظري محل الإطار المعرفي.
- 5- العينة صغيرة جدا.

الخطة الثانية: محمد خالد هلال

تأثير الشراكات التسويقية مع صناع محتوى الألعاب الإلكترونية على ولاء جيل زد للعلامات التجارية في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية

- 1- الدراسة في مجملها جيدة جدا
- 2- المحور الثاني في الدراسات السابقة كعنوان يتم إعادة صياغته مثلاً كأثر الشركات التسويقية على ولاء جيل زي.
- 3- يتم كتابة السنة فقط على الغلاف وليس الشهر والسنة.

الخطة الثالثة: شهد فتحي فوجو

دور الابتكار التسويقي في تحسين سمعة شركة موبايلي لدى العملاء: دراسة ميدانية

- 1- يجب التنوع في استخدام أداة الاستفهام.
- 2- العينة 50 مفردة صغيرة جداً يجب أن لا تقل عن 150.
- 3- حذف أوجه التشابه والاختلاف وتأتي في نهاية الدراسة عن الوصول إلى نتائج دراستك.
- 4- أهمية الدراسة التطبيقية والعملية والعلمية يمكن اختصارها.
- 5- أهداف وتساؤلات الدراسة قليلة يعني 3 أهداف فقط.

الخطة الرابعة: شروق نور حسن خان

تأثير توظيف الذكاء العاطفي في الإعلانات الرقمية على تجربة المستهلك

- 1- تحديد نوع الدراسة في العنوان. مثل دراسة ميدانية أو تحليلية.
- 2- يجب ترتيب الدراسات السابقة ترتيباً زمنياً حسب التواريخ.
- 3- تنوع استخدام أدوات الاستفهام.
- 4- الفروض لابد من توفر الدباجة الخاصة بها. مثل توجد/ هناك علاقة ذات دلالة إحصائية.
- 5- المحاور المقترحة توجد بها محاور لم يتم تنفيذها ولا توجد في الخطّة.
- 6- حذف التوصيات والنتائج تأتي في نهاية الدراسة وليس بالخطّة البحثية.

الخطوة الخامسة: هشام عبده قادري

من تحسين محركات البحث إلى تحسين محركات الذكاء: دراسة تحليلية على سلوك العملاء في السعودية

- 1- صفحة العنوان تم تكرارها أكثر من مرة. يجب أن تكون صفحة واحدة.
- 2- الفهرس سيكون مختصر ومحدد.
- 3- ترتيب البحث والتدقيق اللغوي
- 4- الدراسات السابقة مختصرة جدا.
- 5- التعقيب مختصر جدا.
- 6- أسئلة الدراسة لا تقسم إلى محاور.
- 7- الحدود الزمانية غير مناسبة.
- 8- النموذج المقترح غير موجود، لماذا تمت إعادة كتابة الدراسات السابقة مرة أخرى.
- 9- عدم وجود مراجع.

الخطوة السادسة: محمد ناصر بن مسلط

فاعلية عدسات الواقع المعزز في سناب شات على سلوك الشراء في تجارة التجزئة الخليجية

(تجربة ميدانية مدعومة بقياسات الانتباه)

- 1- يجب إعادة صياغة كتابة فروض الدراسة.
- 2- الدراسات السابقة تحتاج إلى تفاصيل ودراسات أكثر.

ثالثا: خطط دكتور معتز نبيل

الخطوة الأولى: عمران الزبير محمد موسى

التسويق عبر المؤثرين في منصة تيك توك على نية الشراء لدى المستهلكين في السوق السعودي

- ١ - كتابة سنوات النشر بالدراسات السابقة
- ٢ - المحور الاول من الدراسات السابقة يوجد به دراسته واحده فقط
- ٣ - باقي المحاور في الدراسات السابقة هو تحليل ولا يوجد سرد لدراسه دراسته كلا منهما منفصل عن الآخر
- ٤ - من الممكن الاستعانه بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في الإطار النظري
- ٥ - تم عرض الدراسات السابقة مره أخرى في صفحة ١٠ .
- ٦ - لا يوجد تعريفات إجرائية واصطلاحية.
- ٧ - قائمة المراجع لم يتم ترتيبها ترتيب أبجدي.

الخطة الثانية: شيماء سامى الحسن

دور التصميم الإعلانات الرقمية في تعزيز قرارات الشراء لدى المستهلك دراسة ميدانية

- 1- المحور الثاني بدون تسلسل زمني
- 2- بوجه عام دراسة جيدة

الخطة الثالثة: باسل الدبعي

دور التطبيقات الرقمية السعودية في تسويق تعليم اللغة العربية - تطبيق علمني العربية نموذجًا

- 1 - مراعاة التسلسل الزمني في الدراسات السابقة
- 2 - مراعاة ترتيب مراجع الدراسة أبجديا

الخطة الرابعة: شيماء بشير

دور الفيديوهات القصيرة في تعزيز الوعي بالعلامة التجارية بين المستهلكين السعوديين

- 1 - لا يوجد إطار نظري داخل المقترح البحثي الذي تم تقديمه

وبالتالي كيف سيتم قياس درجة الوعي داخل الدراسة وباقي المتغيرات

الخطة الخامسة: نبيلة صالح الذرحاني

أثر الذكاء الاصطناعي في الحملات التسويقية على إدراك المستهلك السعودي للعلامة التجارية

- 1 - يرجى وضع كلمة الرقمية في عنوان الدراسة بعد الحملات الإعلانية
- 2 - من الممكن الدفع ب Advantage+ Audience كأحد الأدوات المستحدثه من قبل الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي.

الخطة السادسة: نور محمد الحسنى

استراتيجيات تحديث العلامة التجارية لتجار الذهب التقليديين في المملكة العربية السعودية

- 1 - الدراسات السابقة جاءت كتعليق وتحليل عليها مجمعه ولكن يفضل ذكر كل دراسة على حدى
- 2 - ترتيب مراجع الدراسة أبجديا في نهاية المقترح البحثي

رابعاً: خطط دكتورته شريهان توفيق

الخطة الأولى: ديما جابر العصلاني

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تسويق الوجهات السياحية داخل المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية

- 1- المقدمة جيدة ولكن تحتاج إلى دمج أسلوب الكتابة الذاتية والاعتماد على المراجع العلمية.
- 2- يجب عمل Bold لاسماء الباحثين والتواريخ في الدراسات السابقة.
- 3- الترتيب الزمني للدراسات السابقة.
- 4- عدم ترقيم النتائج داخل الفقرة الخاصة بالدراسات السابقة.
- 5- حذف بينما في الدراسات السابقة في المحور الثاني.
- 6- التعليق على الدراسات السابقة مناقشة الفكرة العامة للدراسات وأهم النتائج والنظريات التي تم استخدامها في أغلب النظريات. يجب ذكرها في نقاط وليس فقرات طويلة متصلة.
- 7- التعمق في أهداف الدراسة.
- 8- إعادة صياغة التساؤلات وفروض خاصة الفرضية الثانية بالدراسة.

الخطة الثانية: عبد الله مرزوق الحربي

أثر التسويق بالمحتوى على تعزيز ولاء العملاء في السوق السعودي دراسة على قطاع الدعاية والإعلان

- 1- المقدمة طويلة جداً.
- 2- مشكلة الدراسة هي ذاتية من الباحث ولا تعتمد على مراجع.
- 3- أهمية الدراسة هي ذاتية الباحث وليست من مراجع.

الخطة الثالثة: عفاف علوان

العلاقة بين العلامة الشخصية على لينكدإن وفرص التوظيف الإلكتروني: دراسة ميدانية على الباحثين عن عمل في المملكة العربية السعودية

- 1- العنوان يكون قبل اسم الباحث عنوان ويعاد ضبط صفة الغلاف.
- 2- المقدمة يجب أن تعكس ذاتية الباحث.
- 3- الفهرس يعاد ضبطه.
- 4- إعادة ضبط صياغة المشكلة البحثية.
- 5- هل الدراسة ميدانية أم تحليلية فكيف هناك تحليل جودة الصفحة، يمكن أن يكون الهدف منها قياس أثر جودة العلامة الشخصية على لينكدإن وفرص التوظيف.
- 6- الفرضيات يجب إعادة ضبطه بشكل علمي هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين.....
- 7- عرض الدراسات السابقة يحتاج إلى إعادة ضبط (يجب أن يحوي العرض هذا هدف الدراسة والإجراءات المنهجية وأهم النتائج).
- 8- التعليق على الدراسات السابقة يحتاج إلى ضبط مناقشة.

الخطوة الرابعة: وليد محمد الغامدي

دور التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة مبيعات منتجات الطباعة المخصصة: دراسة حالة الطباعة على الأكواب.

- 1- الموضوع جيد.
- 2- المقدمة جيدة وإنما تحتاج إلى ضبط لغوي وربط بين الفقرات.
- 3- تحتاج الدراسات السابقة إلى الترتيب الزمني من الأحدث إلى الأقدم وإضافة عدد إضافي للدراسات السابقة.
- 4- التعليق على الدراسات السابقة يحتاج أن يكون على شكل نقاط.
- 5- مشكلة الدراسة يجب إعادة صياغتها وبلورتها بشكل يبرز ويوضح المشكلة.
- 6- الأهداف يمكن إعادة صياغة من حيث تقييم الآراء يمكن أن تكون رصد.
- 7- هل هي دراسة تطبيقية أم ميدانية أم دراسة حالة، وأين أداة الدراسة.
- 8- أين المراجع للنظرية.

الخطوة الخامسة: عبيد صالح أحمد مخير

دور الحملات التسويقية عبر المؤثرين في اتخاذ قرار الشراء لدى المستهلكين دراسة تطبيقية على متاجر الأزياء شي إن

- 1- الدراسة تتناول موضوع مهم، لكن العنوان به أخطاء ويحتاج إلى إعادة صياغة بإضافة دراسة ميدانية وليست تطبيقية.
- 2- المقدمة طويلة ولا تظهر شخصية الباحث والاعتماد على المراجع، الأفضل البدء بفعل أو مصدر وهناك بعض الأخطاء اللغوية في الصياغة يرجى المراجعة.
- 3- عدم الدخول في مقدمة قبل تقسيم محاور الدراسات السابقة.
- 4- توضيح عنوان محاور الدراسات السابقة، والترتيب الزمني للدراسات السابقة من الأحدث إلى الأقدم.
- 5- يجب إضافة دراسات حديثة لعام 2024.2025.
- 6- مشكلة الدراسة يجب توضيح في فقرة أو فقرتين فقرة توضح أهمية المشكلة والسبب وراء دراستها، والفقرة الثانية تتبلور من خلالها مشكلة وتُضح.
- 7- يجب توضيح أن عنوان الإطار المعرفي محل الإطار النظري.