

مقرر المهارات البحثية (3)

المهمة الاولى: عنوان الدراسة

بالتطبيق على دراستي

- منصوري ، شيماء .(2024). تأثير التسويق الرقمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة عينة من المصارف الجزائرية. رسالة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر - بسكرة .الجزائر .
 - محمدي ، وافية.(2023). العلاقات العامة ودورها في زيادة تفعيل ترويج الخدمات السياحية مع الاشارة لتجربة الإمارات العربية المتحدة - إمارة الشارقة -رسالة دكتوراه في العلوم التجارية .جامعة الجزائر -03- .الجزائر .
- "

اعداد الطالب / فارس المزيني

الفصل الدراسي

العام الدراسي 1446 - 2024

المقدمة:

يتناول الباحث في هذه المهمة نقد عنوان الدراسة ، وذلك من خلال التطبيق على الدراستين التاليتين موضحا مدى التزام الدراستين بالشروط والمعايير المتفق عليها في اختيار وصياغة عنوان البحث العلمي ، وذلك من خلال نقد عنوان كل دراسة على حدة ، ثم عقد مقارنة ما بين الدراستين ، وذلك على النحو التالي :

الدراسة الاولى : تأثير التسويق الرقمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة عينة من المصارف الجزائرية.

من خلال النظر الى عنوان الدراسة نجد ان الباحث كان موفق في اختيار العنوان ، حيث التزم بمعايير وشروط البحث العلمي في اختيار وصياغة العنوان ، وذلك من خلال النقاط التالية :

❖ **مناسبة العنوان لمضمون الدراسة وموضوعها:** كان العنوان مناسباً لموضوع الدراسة، حيث احتوى على متغيرات الدراسة المتغير المستقل (التسويق الرقمي) والمتغير التابع (جودة الخدمة المصرفية) كما اتضح فيه المجال التطبيقي وهو المصارف الجزائرية .

❖ **الوضوح :** كان العنوان واضحاً، ومحدد و موجز ، لا يوجد به إطالة، فهو لم يزيد عدد كلماته عن خمسة عشر كلمة (15) كلمة، مما سهل على القارئ فهم ما تهدف اليه الدراسة .

❖ **الحدثة:** فلقد تميز العنوان بالحدثة، حيث تناول أحد أساليب التسويق الحديثة (التسويق الرقمي) وتطبيقه في مجال الخدمات المصرفية.

❖ **هدف الدراسة:** فلقد كان العنوان موضحاً الهدف الرئيسي للدراسة، وهو التعرف على تأثير التسويق الرقمي بأبعاد على جودة الخدمة المصرفية بأبعادها في الجزائر

❖ **مشكلة الدراسة واسئلتها :** لقد جاء العنوان متفقا مع مشكلة الدراسة ، ومعبرا عن

التساؤل الرئيسي لها ، ألا وهو : ما تأثير التسويق الرقمي في تحسين جودة الخدمة

المصرفية في المصارف الجزائرية محل الدراسة؟

❖ **سلامة المفاهيم والمصطلحات:** تميز العنوان بالصياغة اللغوية الصحيحة، وظهر ذلك

من خلال سلامة المفاهيم والمصطلحات (التسويق الرقمي - جودة الخدمة المصرفية

- المصارف الجزائرية)

❖ **انسجام العنوان مع أهمية الدراسة والفائدة العلمية:** حيث ابرز العنوان أهمية

التسويق الرقمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية ، وإظهار أن أحد منطلقات الجودة

المصرفية الرقمية تنطوي على تبني التسويق الرقمي، لفت انتباه مسيري المصارف

حلول أهمية الانفتاح على المفاهيم التسويقية الحديثة، وتجاوز النظرة التقليدية

المحصورة في أن الحل هو تقديم خدمات للعملاء بطريقة تقليدية دون مراعاة جانب

الرقمنة في تقديم الخدمات، أي أن اختيار عنوان الموضوع يمثل فائدة علمية لكافة

فئات المجتمع .

❖ **الفترة الزمنية للبحث:** لم يحدد الباحث في العنوان الفترة الزمنية التي تغطيها الدراسة.

❖ **وبشكل نهائي** كان الباحث موفقا بشكل جيد في اختيار وتحديد عنوان الدراسة ، حيث

كان مرتبطا بشكل جيد بموضوع الدراسة ، حيث تناول متغيرات الدراسة ، والمكان الذي

طبقت به ، كما كان العنوان جيد وقصير وواضح لا يشوبه الغموض، كما انه تميز

بالحدثاء والجدية، حيث أصبح التسوق الرقمي ظاهره معاصره ، تستخدم في مجال تقديم

الخدمات والمنتجات بصفة عامة، والجديد في هذه الدراسة تقديمه للخدمات المصرفية

، كما كان العنوان متفقا مع مشكلة الدراسة و واسئلتها واهدافها ، كما كان منسجا مع

اهمية الدراسة والفائدة العلمية منها .

الدراسة الثانية : العلاقات العامة ودورها في زيادة تفعيل ترويج الخدمات السياحية مع الإشارة لتجربة الإمارات العربية المتحدة – إمارة الشارقة.

من خلال النظر الى عنوان الدراسة نجد ان الباحث كان غير موفق الى حد ما في اختيار العنوان ، حيث لم يلتزم بمعايير وشروط البحث العلمي في اختيار وصياغة العنوان ، وظهر ذلك من خلال النقاط التالية :

❖ **مناسبة العنوان لمضمون الدراسة وموضوعها:** كان العنوان مناسباً إلى حد ما لموضوع الدراسة، حيث احتوى على متغيرات الدراسة المتغير المستقل (العلاقات العامة (والمتغير التابع (ترويج الخدمات السياحية)، ولكنه لم يوضح المجال التطبيقي للدراسة، حيث نرى ان الدراسة طبقت في الجزائر ، ولم يشير الباحث الى هذا نهائياً ، ولكنه اشار الى تجربة الامارات العربية المتحدة ، وكان من الاولى ذكر مكان تطبيق الرسالة .

❖ **الإطالة وعدم الوضوح :** نجد ان العنوان كان مبهم شيئاً ما ، حيث لم يشير الى مكان تطبيق الدراسة ، و به إطالة في الصياغة ، حيث نجد كلمتي (زيادة تفعيل) قبل ترويج ، و يرى الباحث انه لم يكن هناك حاجة لكل من الكلمتين ، كما ان عدد كلمات العنوان زادت عن خمسة عشر كلمة (15) كلمة، وهذا يخالف المعايير العلمية لعنوان البحث العلمي الجيد .

❖ **هدف الدراسة:** فلقد كان العنوان موضحاً الهدف الرئيسي للدراسة، وهو التعرف على مدى مساهمة العلاقات العامة من خلال مختلف وسائلها في ترويج الخدمات السياحية.

❖ **مشكلة الدراسة واسئلتها :** لقد جاء العنوان متفقاً مع مشكلة الدراسة ، ومعبراً عن

التساؤل الرئيسي لها ، ألا وهو : ما مدى مساهمة العلاقات العامة من خلال مختلف

وسائلها في ترويج الخدمات السياحية؟

❖ **سلامة الصياغة:** نجد أن الصياغة اللغوية للعنوان كانت ضعيفة إلى حد ما ، وظهر

ذلك من وجود كلمات لم تقيد في المعني، فكلمة (تفعيل قبل ترويج) احدثت خلل في

المعني ، وكان من الممكن التخلي عنها والاكتفاء بكلمة (زيادة) ، وبشكل عام يرى

الباحث وجود خلل في صياغة العنوان .

وكان من الأفضل ان يصاغ العنوان بهذا الشكل :

دور العلاقات العامة في ترويج الخدمات السياحية بالجزائر

(بالإشارة لتجربة امارة الشارقة بالأمارات العربية المتحدة)

❖ **انسجام العنوان مع أهمية الدراسة والفائدة العلمية:** حيث ابرز العنوان أهمية القطاع

السياحي وموقعه ضمن الاقتصاد الوطني بالجزائر ، بالإضافة الى أهمية الترويج

السياحي والدور الذي يلعبه من خلال العلاقات العامة في إبراز الصورة الإيجابية عن

المقصد السياحي.

❖ **الفترة الزمنية للبحث:** لم يحدد الباحث في العنوان الفترة الزمنية التي تغطيها الدراسة.

❖ وبشكل نهائي لم يكن الباحث موفقاً في صياغة عنوان الدراسة ، فعلى الرغم من تناول

العنوان لمتغيرات الدراسة ، إلا انه لم يحدد المكان الذي طبقت به ، كما كان العنوان به

اطالة وزيادة غير مبرره لبعض الكلمات ، حيث يرى الباحث انه زيادة هذه الكلمات لم

تقيد في المعني ، وعلى الرغم من ذلك نجد أن العنوان متفقاً مع مشكلة الدراسة و

واسئلتها واهدافها ، كما كان منسجاً مع اهمية الدراسة والفائدة العلمية منها .