

تكليف ٢ قضايا بحثية ٢

الباحث / محمد عبد العزيز بنتن



تقييم عنوان رسالة ماجستير :

التحديات التي تواجه المصممين الجرافيكين في تعزيز حملات التسويق الرقمي في السوق السعودي " " دراسة ميدانية

الرابط : من المكتبة الرقمي لجامعة ميد أوشن

<https://lib.midocean.ae/ar/research/3428>

مقدمه حول أهمية الاطار النظري:

يعد الاطار النظري احد الاعمدة الأساسية في أي بحث علمي اذ يمثل القاعدة التي تبنى عليها الدراسة وتصاغ من خلالها فرضياتها واسئلتها . فهو يحدد المفاهيم الرئيسية ويعرض النظريات والنماذج التفسيرية المرتبطة بموضوع البحث ، كما يساعد في توضيح العلاقات بين المتغيرات وبرز مهارة الباحث في قدرته على ربط الدراسة بالسياق العلمي الاوسع وتوجيه الباحث نحو تفسير الظاهرة محل الدراسة على أسس علمية مما يعزز من مصداقية البحث وعمقه الاكاديمي كما يمكن القارئ من فهم الخلفية المعرفية التي تستند اليها الدراسة ويمهد لتحليل النتائج في ضوء أسس نظرية واضحة ومتكاملة

اشتمل الاطار النظري في هذه الدراسة على:

- الدراسات السابقة
- التمهيد
- التصميم الجرافيكي
- عناصر التصميم الجرافيكي
- التسويق الرقمي
- حملات التسويق الرقمي وركائزها
- التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية
- أهمية التصميم الجرافيكي في عصر التسوق الرقمي
- استراتيجيات تعزيز حملات التسويق الرقمي

أولا : الدراسات السابقة:

- قسم الباحث الدراسات الى محورين
- المحور الأول : التصميم الجرافيكي وعلاقته بالتسويق الرقمي
- المحور الثاني : معوقات المصممين في التسويق الرقمي
- اشتمل كل محور على ٧ دراسات تنوعت في التخصص و المنطقة الجغرافية وكذلك تنوعت بين الاجنبية والعربية
- كما افرد الباحث فقرة في نهاية الدراسات السابقة بعنوان **التعليق على الدراسات السابقة** بهدف تناول أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسة الحالية وتوضيح الفجوة العلمية التي وهي ندرة الدراسات في هذا المجال والحاجة لها للتكامل مع الدراسات السابقة للتركيز على التحديات بشكل أوسع وجميع الدراسات السابقة حديثة وموثقة بشكل جيد .

- ملاحظات :

- كان من الممكن ربط المفاهيم بين الدراسات السابقة بشك افضل خصوصا لو اعتمد الباحث على ترتيب محدد يحمل محاور التحديات الرئيسية (تقنية – ثقافية – تنظيمية – مالية)
- أيضا في فقرة التعليق على الدراسات السابقة كان من الممكن توضيح كيف ساهمت هذه الدراسات مجتمعة في بناء نظري متكامل حول التحديات التي يواجهها مصممي الجرافيك في السوق السعودي وكيف ساهمت هذه الدراسات في وجود فجوة بحثية في فهم التحديات بالسوق السعودي بتحليل واضح ومباشر .

ثانيا : شمولية واتساق الاطار النظري:

- تضمّن الاطار النظري تعريفات لمفاهيم التصميم الجرافيكي و التسويق الرقمي والحملات التسويقية واهمية كل منها و لم يخلو من بعض التكرار خصوصا في وصف أهمية التصميم الجرافيكي
- كما غطى الاطار النظري الخلفية العلمية التي تضع القارئ في السياق العام للمشكلة حيث قام بتمهيد عام عن التحولات الرقمية والوصول تدريجيا الى تحديات المصممين .
- كما تم الحرص على التسلسل المنطقي بين المحاور المطروحة داخل الاطار من العام الى الخاص بشكل متسلسل ومفهوم يعكس الهيكلية المناسبة والاتساق العام .
- اشتملت بعض أجزاء الاطار النظري على تمهيد وخاتمه والاهتمام بهما بشكل اكبر يزيد من ترابط الأفكار داخل الاطار النظري

ثالثا : الترابط مع مشكلة الدراسة:

- تم ربط الاطار النظري بمشكلة الدراسة لكن بما ان الدراسة تدور حلو التحديات كان من الأفضل تضمين محور مخصص للتحديات (تقنية ، ثقافية ، تنظيمية ، مالية) وكان من الممكن عرض النظريات حولها او تفسيرها من خلال ربطها بعوامل متعددة تزيد من العمق البحثي لدراسة هذه التحديات .
- تناول البحث العلاقة بين كل محور من محاور الدراسة تأثير كل مفهوم او متغير على الظاهرة محل الدراسة بشكل محدود دون تفصيل .
- يتضح من خلال الاطار النظري خصوصية السياق في التسويق الرقمي حيث خصص جزء جيد لتوضيح تطور التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية ورؤية 2030
- اقتصر الاطار النظري على السرد الوصفي دون ان يتضمن مقارنات تحليلية نقدية للمفاهيم .

محاور الاطار النظري

- التمهيد :
- يقدم تمهيدا عاما جيدا عن أهمية التصميم الجرافيكي في البيئة الرقمية
- لكن لا يوجد تحديد مباشر بين الموضوع والمشكلة البحثية
- التصميم الجرافيكي :
- يشرح المفهوم الأساسي للتصميم الجرافيكي بشكل واضح
- لا توجد إشارة الى نظرية او مدرسة فكرية محددة في التصميم
- عناصر التصميم الجرافيكي
- تم سرد العناصر الأساسية للتصميم الجرافيكي (مثل اللون والخط والشكل .. الخ) بدقة
- كما تم توضيح اثر هذه العناصر على الجذب البصري وتأثيره جماليا وثقافيا مما يؤثر على جودة الحملة التسويقية
- التسويق الرقمي
- يعرض مفهوم التسويق الرقمي وادواته بشكل معقول
- يوجد بعض التكرار لما هو معروف في الادبيات المذكورة

يتبع محاور الاطار النظري

- حملات التسويق الرقمي وركائزها :
- يظهر وعيا جيدا بأهمية التخطيط والاستهداف والتحليل في الحملات التسويقية
- يؤكد على أهمية اختيار قنوات التواصل الأنسب مع الجمهور .
- التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية :
- يقدم خلفية محلية جيدة عن التحول الرقمي ورؤية 2030
- تمت الإشارة الى ان التحليل الدقيق لبيانات المستخدمين وتفضيلاتهم الشخصية يسهم في تصميم الحملات بشكل موجه اكثر مما يحقق الأهداف بشكل اكثر كفاءة ويحقق عائد استثماري افضل .
- أهمية التصميم الجرافيكي في عصر التسويق الرقمي :
- يوضح أهمية التصميم في خلق تجربة مرئية فريدة .
- يوجد بعض التكرار بسبب تناول بعض ما ورد في المحاور السابقة
- استراتيجيات تعزيز حملات التسويق الرقمي
- يطرح أفكارا تطبيقية لتحسين الحملة التسويقية
- لا يوجد أساس نظري او نماذج تسويقية داعمة لفكرة أهمية وجود استراتيجيات تسويقية فاعلة

ايجابيات : الاطار النظري:

- شمولية المفاهيم : قدم الاطار النظري تعريفات دقيقة وواضحة للمفاهيم الأساسية مثل التصميم الجرافيكي والتسويق الرقمي وحملات التسويق مما يضمن وضوح السياق .
- الربط النظري والعملي : قام الباحث بالربط بين النظريات والتطبيقات الواقعية مثل أهمية التصميم الجرافيكي في الهوية البصرية وتحليل سلوك المستهلك عبر الوسائل الرقمية .
- السياق المحلي : خصص الباحث محورا حول التسويق الرقمي في السعودية وهو يعكس إدراكا جيدا لسياق الدراسة .
- التدرج المنطقي : هناك تسلسل منطقي من تعريف المفاهيم الى تطبيقاتها في الواقع مرورا بالتحديات التي تواجه المصمم في كل محور .

ملاحظات لتطوير : الاطار النظري:

- يفضل ادراج نظريات او نماذج تربط بين التحديات والعوامل المؤثرة في فعالية التصميم ضمن السياق التسويقي الرقمي .
- استخدام أسلوب موحد للتوثيق والاقتباس
- التركيز اكثر على الجانب التحليلي والمقارنة بين مصادر متعددة حول دور التصميم في الحملات التسويقية
- في نهاية كل محور توضيح كيف يرتبط المحور بما جاء في مشكلة الدراسة واسئلتها .
- إضافة قسم للتحديات التي تواجه مصممي الجرافيك وربطها بعوامل واقعية مثل (بيئة تسويقية ، مالية تكنولوجية ، مهارية تدريبية ، تنظيمية داخل فريق العمل)



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

