

يتم التقييم وفقاً للمعايير التالية:

ملاحظات	تم تعديله	مرفوض	مقبول	
	*			1. غلاف البحث
يمكن كتابة العنوان كالتالي يُفضل كتابة العنوان كالتالي: "أثر مصداقية المؤثرين الرقميين في استجابة الجمهور للحملات الإعلانية: دراسة مسحية على المستهلك السعودي يرجى حذف فهرس المحتويات	*			2. عنوان البحث
يجب أن تتضمن المقدمة عرضاً للمتغيرات، ونبذة عن الدراسات السابقة التي تناقش نفس المتغيرات، مع مراعاة توثيق الإحصائيات (مثل بيانات DataReportal) وجميع فقرات المقدمة بالمراجع اللازمة، والربط بين الفقرات لتتسلسل من العام إلى الخاص فيما لا يقل عن صفتين.	✓			3. المقدمة
يرجى تدعيمها بمراجع ودراسات تؤكد وجود المشكلة.	✓			4. مشكلة الدراسة
.			?	5. أهمية الدراسة
الهدف الرابع الموجود بالخطة يُعد توصيات مستقبلية ولا يمكن وصفه بالأهداف، ويجب صياغة أهداف إجرائية قابلة للقياس الإحصائي (مثل: التعرف على المستوى، قياس الأثر، تحديد الفروق).	✓			6. أهداف الدراسة
يتم تعديل التساؤلات في شكل أسئلة محددة ومناظرة ومطابقة تماماً للأهداف المعدلة خاصة السؤال الرابع	✓			7. أسئلة الدراسة
صياغة الفرضيات لتختبر أثر كل بعد من أبعاد المتغير المستقل (الخبرة، الجدارة بالثقة، الجاذبية) على أبعاد المتغير التابع (الانتباه، الاتجاه، النية الشرائية) مجتمعة ومستقلة، بالإضافة إلى فرضية الفروق الديموغرافية	✓			8. فروض الدراسة
● (ملاحظة تنظيمية: الحرص على ذكر تفاصيل "عينة ومجتمع الدراسة والمنهج والنتائج" لكل دراسة ضمن الصياغة)	✓			9. الدراسات السابقة
غير مفرد بشكل مستقل: اكتفت الباحثة بدمج الإطار النظري كفقرة مختصرة قبل الدراسات السابقة تتضمن (Source Credibility Theory و ELM Model).	✓			10. الإطار النظري

✓			11. منهجية البحث
✓			12. أدوات الدراسة
✓			13. حدود الدراسة
✓			14. مصطلحات الدراسة
✓			15. قائمة المراجع والمصادر الأولية
✓			16. ملاحظات عامة (اختياري)