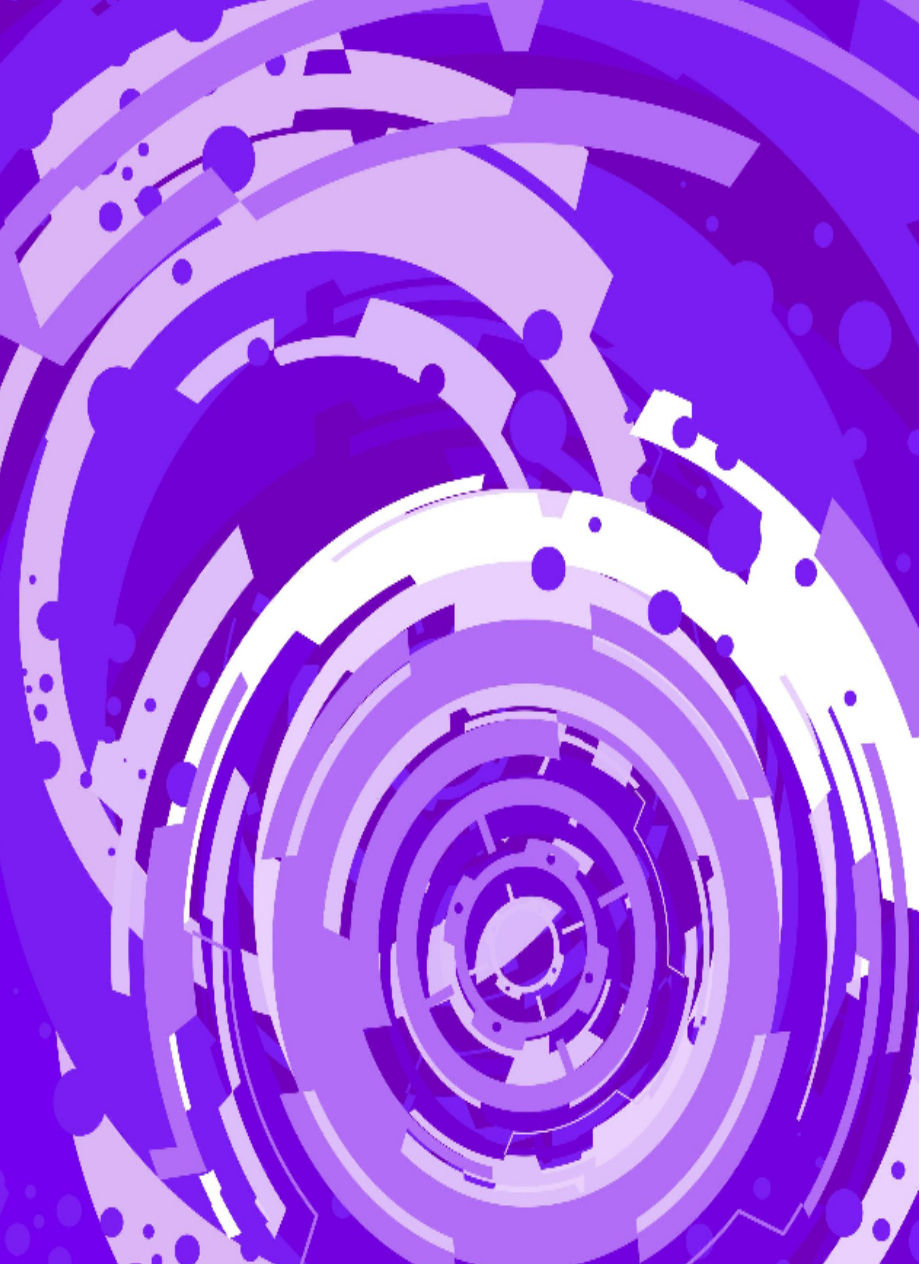


الاسم	الرقم الجامعي	المادة	العام
نواف تركي المرييض	232000733	دراسة نقدية ٢	2024



دراسة نقدية ٢ التكليف العاشر

نموذج مقترح لتطبيق استراتيجيات التسويق
١ لمستخدم كأداة لتنمية الأداء التسويقي: دراسة
ميدانية أكاديمية تدريب مصر للطيران

مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة
والضيافة
المجلد 15
العدد الثاني - ديسمبر 2018

تنسيق المراجع

• يظهر محتوى الدراسة التزاماً بتوثيق المراجع وفق الأساليب الأكاديمية، مثل الإشارة إلى المصادر داخل النص باستخدام أسماء المؤلفين وتواريخ النشر. ومع ذلك، فإن التناسق في العرض بين النص وقائمة المراجع قد يحتاج إلى تحسينات طفيفة. على سبيل المثال، قد توجد اختلافات في ترتيب العناصر مثل أسماء المؤلفين، العناوين، وأماكن النشر. من الضروري التحقق من تطابق الأسلوب المستخدم (مثل MLA، APA) عبر جميع المراجع، سواء في الإشارة داخل النص أو في قائمة المراجع النهائية. يساعد ذلك في تحسين مصداقية البحث ويظهر التزاماً بالمعايير الأكاديمية المعتمدة.

الاقتباس المناسب

• تتسم الدراسة بالدقة في استخدام الاقتباسات لدعم الأفكار والنماذج التي تم تطويرها. الإشارة إلى المصادر الأصلية واضحة، وتساهم في بناء حجة متينة تعزز مصداقية البحث. من الجيد أن يتم التحقق مرة أخرى من تطابق النصوص المقتبسة بدقة مع المصادر الأصلية لتجنب أي سوء تفسير، خاصة إذا كانت المراجع تتضمن أفكاراً مفصلة أو بيانات رقمية حساسة.

عدد المراجع

• يتضح من الدراسة أن عدد المراجع المستخدم كافر لدعم كافة جوانب البحث. يشير ذلك إلى عمق تغطية الباحثة للموضوع واعتمادها على قاعدة معرفية واسعة تشمل أدبيات التسويق المستدام وأدوات تحسين الأداء التسويقي. يُفضل دائمًا التحقق من أن المراجع تغطي كافة المحاور الرئيسية للدراسة، مثل التعريفات، النماذج المقترحة، وأطر القياس.

الربط بين المراجع

• قامت الباحثة بمحاولة دمج الأفكار الواردة من المراجع المختلفة لتوضيح الفجوات البحثية وإبراز الإضافة العلمية للدراسة. على سبيل المثال، تم الاستناد إلى أطر نظرية متنوعة لتحليل الأبعاد المختلفة للتسويق المستدام، مما يعزز من قوة النموذج المقترح. مع ذلك، قد يكون من المفيد تضمين تحليل نقدي أكثر تفصيلاً يوضح كيفية تكامل أو تعارض المراجع مع بعضها البعض، وهو ما يثري النقاش النظري في البحث.

استخدام المراجع الأجنبية

• تميزت الدراسة بوجود مراجع أجنبية تدعم المفاهيم والنظريات الدولية المتعلقة بالتسويق المستدام. يمثل ذلك نقطة قوة تعكس اطلاع الباحثة على الأدبيات العالمية وتكاملها مع السياق المحلي. يُفضل زيادة الاعتماد على المراجع الأجنبية المحدثّة لإضافة بعد أكثر حداثة وعمقًا للدراسة، لا سيما عند مقارنة الاستراتيجيات العالمية والمحلية.

تاريخ النشر

• غالبية المراجع المستخدمة حديثة نسبياً، حيث تم اختيار مصادر تتراوح تواريخها بين آخر 5 إلى 10 سنوات. يعكس ذلك الاهتمام بتطور المفاهيم والأطر النظرية في التسويق المستدام. ومع ذلك، يمكن تحسين استخدام المصادر الحديثة عن طريق اختيار الدراسات التي نشرت في السنوات الثلاث الأخيرة لتعكس التطورات الحديثة جداً في المجال.

تنوع المصادر

• تتميز الدراسة بدمج مصادر قديمة وحديثة، وهو ما يسهم في توفير تغطية شاملة لتاريخ البحث وتطوره. يُظهر هذا التنوع فهم الباحثة للجذور النظرية للموضوع مع مراعاة المستجدات الحديثة. على الرغم من ذلك، يُوصى بمراجعة المراجع القديمة بعناية للتأكد من مدى ارتباطها بموضوع البحث الحالي.

صلة المراجع بالموضوع

• تتسم المراجع المستخدمة بارتباطها المباشر بموضوع الدراسة، سواء من حيث التعريف بالمفاهيم الأساسية للتسويق المستدام أو دراسة النماذج التطبيقية ذات الصلة. يُعد ذلك من الجوانب الإيجابية التي تعزز مصداقية البحث وتعمق معالجته العلمية.

استخدام المراجع لدعم الحجج والنظريات

• تم استخدام المراجع بشكل مناسب لدعم الفرضيات والنماذج المقدمة في الدراسة. الإشارة إلى الأطر النظرية وتوضيح العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة كانت واضحة ومنهجية. ومع ذلك، يمكن تحسين ذلك من خلال تقديم أمثلة إضافية تربط بين المراجع والنموذج المقترح بشكل أكثر مباشرة، مما يساعد على تعزيز الحجة العلمية بشكل أقوى.

١ لمرجع

رمضان, ي. ع. (2018). نموذج مقترح
لتطبيق استراتيجية التسويق المستدام
كأداة لتنمية الأداء التسويقي: دراسة
ميدانية أكاديمية تدريب مصر للطيران

Retrieved from file:///C:
/Users/DR.Amr%20Samy/Desktop/JAAUTH_Volume%2015_
Issue%202_Pages%2029
-44.pdf



Thank you

