

۱- بیان مسئله در پروپوزال آورده نشده است و می بایستی آورده شود چرا که پژوهش برای حل مسئله ای انجام می شود.

۲- در بخش بیان مسئله بطور مشخص بیان شود که فروشگاههای کشور با چه مسئله ای در خصوص کسب بیشتر سهم بازار و حفظ آن مواجه هستند و عدم استفاده از بازاریابی اینترنتی چه آثار سوئی بر عملکرد فروشگاهها بر جای گذاشته و پژوهش حاضر چه کمکی می تواند بر رفع آن مسئله داشته باشد. یا توجه به اینکه چارچوب نظری پژوهش مشخص است نیازی به طرح سؤال در پایان بخش بیان مسئله وجود ندارد.

۳- در بخش اهمیت مسئله می بایستی پژوهشگر بیان نماید در صورتیکه بازاریابی اینترنتی وجود داشته باشد چه آثار مثبت و در صورت نبود آن چه آثار منفی را بر سهم بازار خواهد داشت. ضمناً مطالب عنوان شده در ۳ پاراگراف ارئه شود مطالب بیش از حد طولانی شده است.

۴- در بخش تعاریف علاوه بر تعریف مفهومی، تعریف عملیاتی نیز جداگانه آورده شود.

۵- در بخش مدل تحقیق، فرایند انتخاب مدل تحقیق تشریح شود و توضیح داده شود که از چه منبعی استفاده شده است و مشخص گردد با بررسی مبانی نظری و پیشینه تحقیق و کسب نظر اساتید محترم به مدل رسیده ایم.

۶- مقالات پایه خارجی که استفاده شده ضمیمه پروپوزال گردد.

۷- یکی از منابع مورد استفاده در پژوهش استفاده از سایت های تخصصی **emerald**

**elseveir** , **science direct** می باشد که می بایستی از این سایت ها در انجام پژوهش استفاده گردد. در متن صراحتاً اعلام شود.

۸- از منابع خارجی ۲۰۱۰ به بعد نیز بیشتر استفاده شود ضمناً منابعی که در تدوین پژوهش استفاده نشده درج نگردد.

۹- در پروپوزال چارچوب نظری اضافه شود چرا که مدل تحقیق استخراج شده از مبانی نظری و پیشینه تحقیق می باشد.