

- ۱- قرضیات به هیچ وجه با مدل مفهومی همخوانی ندارد و صحیح نمی باشد. ضمن اینکه قشش برعکس و تأثیر متقابل در مدل صحیح نمی باشد و در این رابطه هم استدلالی در متن مشاهده نشد. لازم است قشش معکوس ترسیم شده از متغیر و قفاداری به متغیرهای اعتماد و رضایت حذف و کلیه قرضیات و اهداف مجدداً بازتویسی شود.
- ۲- لازم است دو متغیر کیفیت نتایج و کیفیت تحویل به عنوان مولفه های کیفیت خدمات الکترونیک در یک باکس قرار گیرند و قرضیات اصلی و فرعی این متغیر نوشته شود.
- ۳- لازم است عنوان موضوع با توجه به متغیرهای مدل مفهومی مجدداً بازنگری شود. (اصلاح عنوان: تأثیر کیفیت خدمات الکترونیک، اعتماد، و قفاداری و رضایت بر ارزش ویژه برند) همچنین با این موضوع مجدداً استعلام اخذ گردد.
- ۴- در رفرنس تویسی متن، پس از پایان جمله رفرنس داخل پرانتز نوشته می شود و تهائتا نقطه گذاری می شود. لازم است رفرنس تویسی ها در متن اصلاح شود.
- ۵- ارزش ویژه برند در عنوان انگلیسی به درستی ترجمه نشده (brand equity) برای ترجمه از عنوان و متغیرهای در مقاله اصلی استفاده شود.
- ۶- تعاریف متغیرها از قسمت دوم بیان مساله حذف و در مورد نقش متغیرها و اینکه چرا این موضوع و متغیرها انتخاب شده و به خالام و مشکلی اصلی تحقیق پرداخته شود، به نحوی که بتوانید پاسخ دهید چرا این تحقیق را شروع کرده اید. بهترین راه نوشتن بیان مساله مراجعه به بخش INTRODUCTION مقاله اصلی است.
- ۷- فقط سه مورد از مواردی که در پیشینه تحقیقات خارجی و داخلی آورده شده با موضوع پروپوزال هم راستا می باشد. موضوع این پروپوزال در خصوص ارزش ویژه برند می باشد.
- ۸- به ایرادات تأییدی در متن توجه و اصلاح بفرمائید.
- ۹- در بخش تعاریف عملیاتی همانگونه که از عنوان این بند برمی آید، لازم است به شاخص های اندازه گیری متغیرها به عنوان تعاریف عملیاتی با رفرنس به مقاله آورده شود و اشاره به سوالات پرسشنامه در این بخش صحیح نمی باشد.
- ۱۰- منابع و مأخذ لازم است به ترتیب حروف فارسی و انگلیسی تنظیم شود.
- ۱۱- آیا مدل این پروپوزال توافری هم دارد و یا فقط مدل مفهومی از مقاله عیناً برداشت شده؟
- ۱۲- با توجه به عنوان متغیرهای آورده شده در مدل مفهومی، این عنوان و موضوع مناسب رشته مدیریت بازرگانی در گرایش تجارت الکترونیک است. باید موضوع پایان نامه حاکمی و نشان دهنده رشته و گرایش دانشجو باشد.