

۱. این موضوع ، یعنی بازاریابی یکپارچه بیشتر در راستای تقویت برند سازی یک شرکت است و از طرفی با توجه به اینکه مبحث بانکداری الکترونیک از حدود اول دهه ۸۰ در ایران آمده و طی سالیان گذشته به توسعه و رشد چشم گیری رسیده و در حال حاضر این حوزه دیگر چالش اصلی بانکهای ایران به ویژه بانک سامان توسعه بانکداری الکترونیک نیست....، از طرفی این تحقیق نه داری متغیر میانجی نه متغیر

تعديلگر که به واسطه ان بتوان اظهار داشت دارای نوآوری و contribution است، و ارزش های لازم را بعنوان یک پایان نامه کارشناسی ارشد دارد

۲. مدل مفهومی تحقیق برگرفته از مقالات سال ۲۰۰۱ و ۲۰۰۲ است و از منابع به روز این رشته بصورت کامل بهره برداری نشده است که این مورد نیز جای بسی تعمق و تفکر دارد.

لذا پروپزال مذکور نمی تواند قابلیت های لازم جهت پروپوزال کارشناسی ارشد داشته باشد و مورد تایید قرار نمی گیرد.