

بسم الله الرحمن الرحيم





شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الالكتروني والميكروفيلم



جامعة عين شمس

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
علي هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغيرات



يجب أن

تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيدا عن الغبار





بعض الوثائق الأصلية تالفة





بالرسالة صفحات
لم ترد بالأصل



المكتبة المركزية - جامعة شمس	
رقم	رقم التصنيف
٥٥٥٦٢	١٠٧١
	٤٠٥



كلية الآداب
قسم علوم الاتصال والإعلام

الاستراتيجيات المستخدمة في التسويق الاجتماعي على شبكة الإنترنت:
دراسة تطبيقية على عدد من المنظمات غير الهادفة للربح العاملة في مصر

دراسة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الآداب من قسم علوم الاتصال والإعلام

إعداد:

الباحثة / شيماء عز الدين زكي جمعة
المدرس المساعد بالقسم

إشراف:

أ.د. هبة شاهين

أستاذ بقسم علوم الاتصال والإعلام
كلية الآداب - جامعة عين شمس

إشراف مشارك:

د/سليمان

أستاذ مساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام
كلية الآداب - جامعة عين شمس

ربيع أول ١٤٣٦ - ديسمبر ٢٠١٤



رسالة دكتوراه

اسم الطالب: شيماء عز الدين زكي جمعة.
عنوان الرسالة: الاستراتيجيات المستخدمة في التسويق الاجتماعي على شبكة
الإنترنت: دراسة تطبيقية على عدد من المنظمات غير الهادفة للربح العاملة في
مصر"

اسم الدرجة (دكتوراه)

لجنة الإشراف :

١ - الاسم: أ.د/ هبة أمين شاهين

الوظيفة : أستاذ بالقسم

٢ - الاسم: د/ سلوى سليمان عبد الحميد

الوظيفة: أستاذ مساعد بالقسم

تاريخ البحث: ٢٩ / ١٢ / ٢٠١٤

الدراسات العليا

أجيزت الرسالة بتاريخ

٢٠١ / /

موافقة مجلس الجامعة

٢٠١ / /

ختم الإجازة

٢٠١ / /

موافقة مجلس الكلية

٢٠١ / /





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

لَا يَكْلَفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا
مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا

صدق الله العظيم

(سورة البقرة: جزء من الآية ٢٨٦)

بسم الله.. والحمد لله.. والصلاة والسلام على رسول الله

سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ

شكر وتقدير

الحمد لله عز وجل حمداً يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه، حيث أتم عليّ فضله وتوفيقه في إنجاز هذا العمل، وجعل لي أناساً كانوا ولا زالوا نعمة من الله، فجزاهم الله عني كل الخير، وأشكرهم شكراً جزيلاً على ما قدموه من يد العون والمساعدة.

وفي البداية أتوجه بخالص الشكر والتقدير والحب إلى أ.د. هبة شاهين أستاذتي الغالية والمشفقة علي الرسالة، التي عرفتني نعم الأستاذة والقودة على المستوى الإنساني والعلمي، فقد تعلمت منها الكثير، وقد انعكس ذلك على الرسالة بشكل كبير، فهي اسم على مسمى فكانت هبة من الله لي لكي أشرف بالعمل تحت قيادتها، فهي المثال الحي للعتاء وهذا ليس بجديد عليها، فجزى الله عني أستاذتي الحبيبة خير الجزاء. كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير والعرفان إلى أستاذتي وأختي الحبيبة د. سلوى سليمان المشرف المشارك على توجيهي لي، وتشجيعها الدائم لإتمام هذه الدراسة، فهي نعم الأستاذ والمعلم، ومثال الطيبة والأخلاق الذي تُحتذى.

كما يسعدني ويشرفني أن أتوجه بجزيل الشكر والعرفان إلى كل من أ.د. على عجوة أستاذ العلاقات العامة المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة، على تفضله بقبول مناقشتي، فهذا شرف لي أن أحظى بمناقشة عالم جليل مثلما تشرفت بمناقشته في الماجستير، فقد تتلمذت على أفكاره وعلمه، حيث إن ملاحظاته القيمة دائماً ما تدفعني لمزيد من تطوير البحث وجعله بصورة أفضل، فشكراً جزيلاً لأستاذي الجليل. ولايفوتني أن أتوجه أيضاً بالشكر والتقدير والعرفان لأستاذتي الغالية د. دينا يحيى الأستاذ المساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام على تفضلها بقبول مناقشتي، فكم هو شرف لي أن أستفيد بعلمها الغزير، وملاحظاتها القيمة التي دائماً ما تضفي مزيداً من العمق وهو ما انعكس على هذه الدراسة، فجزى الله أستاذتي العزيزة خير الجزاء.

كما أتوجه بالشكر والتقدير إلى أستاذتي الغالية أ.د. سوزان القليني التي علمتني ومازلت أتعلم منها الكثير والكثير منذ أن كنت طالبة بالكلية، فنصائحها وإرشاداتها دائماً كانت ومازالت خير معين لي في حياتي، وكذلك أتوجه بالشكر والتقدير إلى أ.د. محمد إبراهيم الطاووس الأستاذ بقسم اللغة العربية وأستاذي وقوتي والمثال الذي أحذيه في العلم والخلق، على ما قدمه لي من عون ومساندة. وكذلك أتوجه بالشكر إلى أ.د. محمود عودة أستاذ علم الاجتماع، و أ.د. مصطفى مرتضى وكيل كلية الآداب للدراسات العليا على إرشادي وتوجيهي وتشجيعي دائماً. ولايفوتني أن أتقدم بالشكر والعرفان إلى كل من: (د. رشا قمحاوي، د. نشوى اللواتي، د. عصام فرج، د. صلاح مذكور، د. مي حمزة، د. دينا الخطاط، د. عماد شلبي، د. سهى عبد الرحمن، د. آمال هلال، فاطمة الحسيني، علياء قمر، إسراء فوزي، سارة محمد، منة جابر)، كما لايفوتني أن أتوجه بالشكر والتقدير لمن فارقوا الحياة (أ. نبيل هاشم، وصديقتي رانيا فكري، و أ. مصطفى النمر رحمهم الله) على ما قدموه لي من مساندة معنوية، وأرجو من الله أن يرحمهم برحمته الواسعة وأن يكونوا في مكان أفضل مما نحن فيه.

ويسعدني أن أتوجه بالشكر والتقدير إلى أستاذتي بقسم الإعلام لما قدموه لي من دعم علمي ومعنوي منذ أن كنتُ بالسنة التمهيديّة للماجستير، كما أتوجه بالشكر والتقدير والعرفان إلى أصدقائي وإخوتي وزملائي بالقسم

من المعيدين والمدرسين المساعدين على ما قدموه لي، وعلى وجودهم في حياتي وأسأل الله أن يديم المعروف بيننا.

ولا أنسى أن أتقدم بشكر خاص جداً إلى صديقتي الغاليات د.شيرين عمر، أ.هند محمد علي، أ.سارة عبد الله، أ.إيمان سيد، أ.مريم عادل، أ.آية أبو بكر، أ.مرام أحمد، أ. هبة شفيق على ما قدموه لي من مساندة ودعم وحب. وكذلك أتوجه بالشكر إلى أ.عبد الرحمن السمنى على ما قدمه من دعم.

ولايفوتني أن أتوجه بالشكر لكل من ساندني في إتمام الرسالة ممن يعملون في المنظمات عينة الدراسة بدايةً من أ.نيازي سلام، أ.أغاريد أمين، أ.سالى فريد بينك الطعام، و أ.نسرين دبوس، أ.عمرو المغربي، أ.سارة مقبل، أ.رانيا طه بجمعية حياة بلاتدخين، وأ.غادة مصطفى بالمؤسسة المصرية لمكافحة سرطان الثدي.

وفي النهاية؛ يأتي الدور للحديث عن أسرتي الغالية، أصحاب الفضل عليّ بعد الله سبحانه وتعالى؛ فقد وهبني الله أسرة رائعة أحاطتني برعايتها حتى وصلت لما فيه الآن، ومهما قلّت عنهم فلن أستطيع التعبير عما تحملوه من أجلي، حيث أتوجه بالشكر إلى أختي الحبيبة إيمان توأمي الروحي التي وهبني الله إياها أختاً وصديقةً، ورفيقة كفاح، فهي مصدر سعادتي وابتسامتي حفظها الله لي. كما أتوجه بالشكر إلى أخي محمد الغالي الذي شدّ الله به أزرعي، وأشركه في أمري، وأكرمني به ليخفف عني الكثير من الأعباء والمصاعب التي واجهتها، فهو سندي في الحياة، كما أتوجه بالتقدير والعرفان إلى جدتي حبيبتي الغالية التي دائماً ماتحيطني برعايتها وحبها ولم تتوان في الدعاء لي بالتوفيق والنجاح، فأسأل الله أن يبارك في عمرها ويفرحها بما وصلت له الآن. كما لايفوتني أن أشكر خالي الأستاذ سيد محمود طريح أستاذي ومعلمي، الذي كان - ومايزال - مثالاً للحكمة والخلق، وكذلك أشكر خالي الأستاذ. محمد محمود طريح وخالتي سمر و نورا على ما قدموه لي من عون فلهم منى كل الحب والتقدير والعرفان. وشكر خاص جداً أهديه إلى الطفلة الجميلة فاطمة الزهراء سيد ابنة خالي ونور عيني على وجودها في حياتي.

أبي وأمي ... ربما لا توجد كلمات تعبر عما أريد أن أقوله، فعلى الرغم من الصعوبات التي واجهناها سوياً فإنها أصبحت ذكريات من نوع خاص في القلب، لتكون دليلاً على كرم الله ولطفه وعونه لنا، فأسأل الله أن يبارك في عمركما حتى أستطيع أن أوفى جزءاً - ولو بسيطاً - من حقكما عليّ. أبي الحبيب تعلمت منك الطيبة والتضحية والعطاء، فمازلت تكمل معي مشواراً بدأناه منذ أن كنت طفلة في مراحل دراستي الأولى، وها نحن نكملة معاً يابّت، فأرجو أن تشعر بالفخر لما وصلت له الآن، وليس بعجيب أنه في طريقة توثيق المراجع العلمية سيكتب اسمك قبل اسمي، وكأنه رد للجميل وتقدير لمن تعب من أجلي، وتحمل كل ثقل، لكي يراني دائماً في أحسن حال فهذا حقك يابّت.

أمي الغالية حبي الأول والأخير، منّ تحملت عني كل عسير، ووجدتُ فيها التضحية والإيثار والبذل والعطاء دون حساب، فإذا كان هناك من يستحق أن يحصل على درجة الدكتوراه فهو أنتِ، أسأل الله أن يعوضك الخير كله وأن يجعلك دائماً مصدراً لكل شيء جميل.

(وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ)

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

وصل اللهم وسلم وبارك على سيدنا محمد وسلم تسليماً كثيراً.

الباحثة،،،

محتويات الدراسة

أولاً : فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
٢-١	تمهيد الدراسة
٤-٣	مقدمة الدراسة
٦٩ -٥	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
٦	تمهيد
٦	الاستدلال على المشكلة البحثية
٦	أولاً : أهداف الدراسة
٧-٦	ثانياً: أهمية الدراسة
٧	ثالثاً: مراجعة الدراسات السابقة
٢٩	الدراسات الاستطلاعية
٣١	رابعاً: صياغة مشكلة الدراسة
٣٢	خامساً: تساؤلات الدراسة وفروضها
٣٤	سادساً :الخطوات المنهجية
٣٤	أ) نوع الدراسة
٣٤	ب) منهج الدراسة
٣٥	ج) مجتمع الدراسة
٣٥	د) عينة الدراسة
٤٢	هـ) أدوات جمع البيانات
٥٦	و) إجراءات الصدق والثبات الخاصة بالدراسة
٥٩	الإجراءات المنهجية الخاصة بالتطبيق على عينة الدراسة الميدانية:
٦٥	ز) المعالجة الإحصائية للبيانات
٦٥	١- المعاملات الإحصائية
٦٥	٢- مقاييس الدراسة التجميعية
٦٥	سابعاً: التعريفات الإجرائية للدراسة
٦٧	ثامناً: الصعوبات التي واجهت الباحثة في أثناء إجراء الدراسة
٦٩	الخلاصة
١٠٣ - ٧٠	الفصل الثاني: التسويق الاجتماعي على شبكة الإنترنت online social marketing
٧١	تمهيد

الغنا	الصفحة
التسويق الاجتماعي	٧١
التسويق الاجتماعي على الإنترنت	٧٢
العوامل التي تؤثر على مدى فاعلية التسويق الاجتماعي عبر الإنترنت	٧٤
التسويق الفيروسي بالانتشار Viral Marketing	٧٤
السلوك الفعلي المتصل بالإنترنت Online Behavior	٧٥
السلوك الفعلي غير المتصل بالإنترنت Offline Behavior	٧٦
مدخل تعديل السلوك	٧٧
التدخل عن طريق الإنترنت Online Intervention	٧٨
الاستراتيجيات المستخدمة في التسويق الاجتماعي على الإنترنت:	٧٩
التسويق الاجتماعي من خلال الإنترنت وتطبيقاته المختلفة:	٨١
- التسويق الاجتماعي من خلال الموقع الإلكتروني:	٨١
- التسويق الاجتماعي من خلال البريد الإلكتروني E-mail:	٨٤
- المنتديات الإلكترونية: Electronic Forums	٨٤
- التسويق الاجتماعي من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية :	٨٥
- التسويق الاجتماعي من خلال مواقع مشاركة المحتوى Video Sharing:	٨٨
- التسويق الاجتماعي من خلال المدونات Weblogs :	٩١
- موقع تويتر Twitter	٩٤
التحديات التي تواجه التسويق الاجتماعي على شبكة الإنترنت:	٩٩
الخلاصة	١٠٣
الفصل الثالث: التسويق للمنظمات غير الهادفة للربح Nonprofit Marketing	١٠٤ - ١٣٩
تمهيد	١٠٥
المنظمات غير الهادفة للربح - قراءة في المفهوم	١٠٥
المنظمات غير الهادفة للربح كأحد مكونات المجتمع المدني	١٠٥
تصنيفات عمل المنظمات المجتمعية في المنطقة العربية	١٠٦
المنظمات غير الهادفة إلى الربح:	١٠٦
التخطيط الاستراتيجي:	١٠٧
التسويق للمنظمات غير الهادفة للربح Nonprofit Marketing:	١٠٨
التسويق المتصل بقضايا المجتمع:	١١٠