



□ □ □

تم رفع هذه الرسالة بواسطة / حسام الدين محمد مغربي

بقسم التوثيق الإلكتروني بمركز الشبكات وتكنولوجيا المعلومات دون أدنى

مسئولية عن محتوى هذه الرسالة.

ملاحظات:

ملاحظات:



قسم الإعلام وثقافة الأطفال

التسويق الإلكتروني لمنتجات الأطفال عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهات الأسرة نحو الشراء

رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة الدكتوراة والفلسفة
في دراسات الإعلام وثقافة الأطفال

إعداد الباحث

مختار عبد الفتاح الجمال

إشراف

أ.د/ محمود حسن إسماعيل د. أحمد متولى عبدالرحيم

أستاذ الإعلام

مدرس

كلية الدراسات العليا للطفولة

كلية الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس

جامعة عين شمس

١٤٤٣ هـ - ٢٠٢١ م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا

صدق الله العظيم

سورة طه (الآية ١١٤)

إهداء

إلى روح أبى الحبيب
إلى أمى الحنونة

قطرة فى بحرك العظيم.. حباً وطاعة وبراً
أسأل الله أن يلبسك ثوب الصحة
والمعافاة وأن يمتعنى ببرك ورضاك



قسم الإعلام وثقافة الأطفال

صفحة العنوان

عنوان الرسالة : التسويق الإلكتروني لمنتجات الأطفال عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهات الأسرة نحو الشراء

اسم الباحث : مختار عبد الفتاح عثمان الجمال

الدرجة العلمية : دكتوراة الفلسفة في دراسات الإعلام وثقافة الأطفال.

القسم التابع له : قسم الإعلام وثقافة الأطفال

اسم الكلية : كلية الدراسات العليا للطفولة

الجامعة : عين شمس

سنة التخرج :

سنة المنح :



قسم الإعلام وثقافة الأطفال

صفحة الموافقة

اسم الباحث : مختار عبد الفتاح عثمان الجمال
عنوان الرسالة : التسويق الإلكتروني لمنتجات الأطفال عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهات الأسرة نحو الشراء
الدرجة العلمية : دكتوراة الفلسفة في دراسات الإعلام وثقافة الأطفال
اسم الكلية : كلية الدراسات العليا للطفولة
لجنة الحكم والمناقشة:

١- أ.د. محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة
جامعة عين شمس (رئيساً ومشرفاً)

٢- أ.د. اعتماد خلف معبد

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة
جامعة عين شمس (رئيساً ومناقشاً من الداخل)

٣- أ.د. نرمين زكريا خضر

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام
الجامعة العربية المفتوحة (مناقشاً خارجياً)

تاريخ البحث: ٢٠٢١ / / أجازت الرسالة بتاريخ ٢٠٢١ / /

الدراسات العليا

ختم الإجازة

موافقة مجلس الجامعة

٢٠٢١ / /

موافقة مجلس الكلية

٢٠٢١ / /

شكر وتقدير

اللهم لك الحمد وحدك على نعمتك العظيمة، ولك الشكر شكراً لا ينتهى أوله، ولا ينفذ آخره، فأنت وحدك من أكرمنى بإتمام هذا العمل المتواضع، ورجائى بأن تتقبله منى، وان تجعله خالصاً لوجهك الكريم.

يطيب لى أن أقدم بأسمى آيات التقدير والشكر والاعتزاز لأستاذى ومعلمى الأستاذ الدكتور/ محمود حسن إسماعيل أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال، بكلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، الذى حظيت بشرف إشرافه على هذه الرسالة، والذى كان نعم الأخ والصديق والسند والموجه، والذى أنارت توجيهاته لى الطريق خلال فترة إعداد هذه الرسالة العلمية، وأشكره على سعة صدره وسعة علمه، فهو دائم العطاء لا يبخل على طلابه بالوقت أو الجهد أو العلم، وقدم لى توجيهاته وإرشاداته ومد يد العون، فكان لى المرشد والمعين لإنجاز هذه الرسالة، لذا اسال الله العظيم أن يجزيه خير الجزاء ويمتعه بالصحة والعافية.

كما أقدم بالشكر والتقدير إلى الدكتور/ أحمد متولى عبدالرحيم مدرس الإعلام وثقافة الأطفال، بكلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، لما قدمه لى من إرشادات علمية بناءة إلى جانب حسن اخلاقه، وأشكره على مساعدته ودعمه لإنجاز هذه الدراسة، فله منى آسمى آيات الشكر والتقدير.

ويشرفنى ويسعدنى أن أقدم بأطيب الشكر والتقدير والاحترام إلى الأستاذ الدكتور/ إعتما م عبد أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال، بكلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، على تفضل سيادتها وتشريفها وقبولها أن تكون محكماً ومشرفاً لهذه الرسالة، رغم كثرة أعبائها، فجزاها الله عنى خير الجزاء.

كما أقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور/ نرمين زكريا خضر أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام، الجامعة العربية المفتوحة، لقبولها وتفضل سيادتها أن تكون مناقشاً لهذه الرسالة رغم كثرة أعبائها ومهامها، وذلك للاستفادة من خبراتها العلمية الفياضة لتضع لمستى وإرشاداتها المتميزة التى ستثرى هذه الرسالة، فتخرج فى أبهى صورة، فليسيادتها كل الشكر والتقدير والعرفان لقبول مناقشة هذه الرسالة.

كما أتوجه بعمق الشكر والأمتنان لأُمي الحبيبة، ولأخوتي على ما قدموه لي من تشجيع ودعم، وما تحملوه معي جميعاً من مشاق وصعوبات بتفهم وسعة صدر لأتمام هذه الدراسة فكانوا لي نعم العون والسند، فلهم مني كل الحب والتقدير والأحترام وجزاهم الله عنى خير الجزاء.

وأخيراً أقدم خالص الشكر والتقدير للسادة الحضور، ولكل يد امتدت إلي بالعون والمساعدة لأتمام هذا العمل، فجزاكم الله عنى جميعاً خير الجزاء.

مستخلص:

تسعى هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذى تقوم به مواقع التسويق الإلكتروني لمنتجات الأطفال عبر شبكات التواصل الاجتماعى في تزويد معلومات ومعارف الأسرة حول منتجات الأطفال المختلفة وطبيعة هذه المنتجات أو الخدمات، وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الأسرة نحو هذه المنتجات والخدمات والتأثير فى سلوكهم الشرائى.

وتستهدف الدراسة التعرف على اتجاهات الأسر نحو المنتجات والخدمات المعلن عنها فى مواقع وصفحات التسويق الإلكتروني، ومعرفة تأثير مواقع وصفحات التسويق الإلكتروني فى اتجاهات الأطفال والوالدين نحو الشراء.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح بشقيه الميدانى والتحليلي، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها ٢٠٠ مفردة من مستخدمى مواقع التسويق الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعى، وتحددت عينة الدراسة التحليلية فى (٤٥٥) إعلان لمنتجات وخدمات مختلفة على موقع (سوق دوت كوم)، و(٣٦٠) إعلان لمنتجات وخدمات مختلفة على صفحتى (فيس بوك - تويتر) المرتبطان بموقع سوق دوت كوم، (١٨) إعلان فيديو لمنتجات وخدمات مختلفة على صفحة (يوتيوب) التابعة لموقع سوق دوت كوم، وذلك بعد إجراء دراسة استطلاعية لاختيار الشبكات عينة الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أبرزها أن طبيعة المنتجات والخدمات المعلن عنها تؤثر على درجة فعالية الجمهور المستهدف والتأثير على سلوكهم الشرائى.

- أن مواقع التسويق الإلكتروني تقوم بدور مهم في ترويج المنتجات والسلع والخدمات الخاصة بالمنظمات أو الشركات عن طريق الأنشطة الاتصالية والتفاعلية التى تقوم بها عبر المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعى وذلك بأقل تكلفة وأقل مجهود مقارنة بالوسائل التقليدية.

Key Wards:

الكلمات المفتاحية:

E- marketing

التسويق الإلكتروني

Social networks

شبكات التواصل الإجتماعى

The tendency to buy

الاتجاه نحو الشراء

قائمة المحتويات

المحتويات	رقم الصفحة
مقدمة الدراسة.	٣-٢
الفصل الأول: الإطار المنهجي والنظري للدراسة	٤
تمهيد.	٥
أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.	٨-٥
ثانياً: أهمية الدراسة.	٩-٨
ثالثاً: أهداف الدراسة.	٩
رابعاً: حدود الدراسة.	١٠
خامساً: نظرية ثراء الوسيلة - نموذج أيدا AIDA Model.	١٨-١٠
سادساً: الدراسات السابقة.	٢٩-١٩
سابعاً: التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة.	٣٠-٢٩
ثامناً: متغيرات الدراسة.	٣٠
تاسعاً: فروض الدراسة.	٣١-٣٠
عاشراً: نوع ومنهج الدراسة.	٣١
حادى عشر: مجتمع وعينة الدراسة.	٣٤-٣٢
ثانى عشر: أدوات الدراسة وإجراءات الصدق والثبات.	٣٩-٣٥
ثالث عشر: الأساليب الإحصائية المستخدمة.	٤٠-٣٩
الفصل الثانى: مواقع التسويق الإلكترونية عبر شبكات التواصل الاجتماعى	٤١
المبحث الأول: التسويق الإلكتروني	٤٢
التسويق الإلكتروني والانترنت	٤٥-٤٣
أولاً: تعريف الموقع التسويقي الإلكتروني.	٤٨-٤٥
ثانياً: تعريف التسويق الإلكتروني.	٤٩-٤٨
ثالثاً: مزايا التسويق الإلكتروني.	٥٠-٤٩
رابعاً: سلبيات التسويق الإلكتروني.	٥٠
خامساً: أهداف التسويق الإلكتروني.	٥٢-٥٠