



بسم الله الرحمن الرحيم

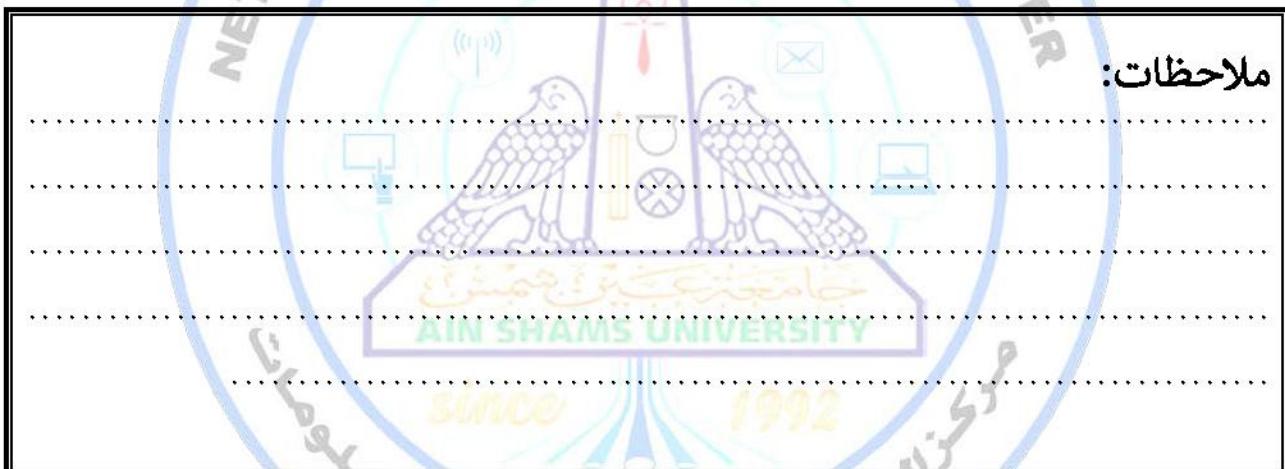
8888

تم رفع هذه الرسالة بواسطة / حسام الدين محمد مغربي

قسم التوثيق الإلكتروني بمركز الشبكات وتكنولوجيا المعلومات دون أدنى

مسؤولية عن محتوى هذه الرسالة.

ملاحظات:





قسم الإعلام وثقافة الأطفال

التسويق الإلكتروني لمنتجات الأطفال عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلقته 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

مدرس

كلية الدراسات العليا للطفلة

جامعة عين شمس

أستاذ الإعلام

كلية الدراسات العليا للطفلة

جامعة عين شمس

١٤٤٣ هـ - ٢٠٢١ م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا

صدق الله العظيم

سورة طه (الآية ١١٤)

إهداع

إلى روح أبي الحبيب

إلى أمي الحنونة

قطرة في بحرك العظيم.. حباً وطاعة وبراً
أسال الله أن يلبسك ثوب الصحة
والمعافاة وأن يمتنع 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 للطفلة

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 ومحرفاً)

٢- أ.د. اعتماد خلف معد

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
جامعة العربية المفتوحة (مناقشاً خارجياً)

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

الدراسات العليا

ختم الإجازة

موافقة مجلس الكلية

٢٠٢١ / / ٢٠٢١

موافقة مجلس الجامعة

٢٠٢١ / / ٢٠٢١

شكر وتقدير

اللهم لك الحمد وحدك على نعمتك العظيمة، ولك الشكر شكرًا لا ينتهي أوله، ولا ينفذ آخره،
فأنت وحدك من أكرمك بإتمام هذا العمل المتواضع، ورجائي بأن تقبله مني، وان تجعله خالصاً
لوجهك الكريم.

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

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

ويشرفني ويسعدنى أن أقدم بأطيب الشكر والتقدير والاحترام إلى الأستاذ الدكتور / إعتماد
معد أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال، بكلية الدراسات العليا للطفلة، جامعة عين شمس، على تفضل
سيادتها وتشريفها وقبولها أن تكون محكمًا ومشرفاً لهذه الرسالة، رغم كثرة أعبائها، فجزاها الله عنى
خير الجزاء.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور / نرمين زعريا خضر أستاذ العلاقات العامة
وعميد كلية الإعلام، الجامعة العربية المفتوحة، لقولها وتفضل سيادتها أن تكون مناقشاً لهذه الرسالة رغم
كثرة أعبائها ومهامها، وذلك للأستفادة من خبراتها العلمية الفياضة لتضع لمستها وإرشاداتها المتميزة التي
ستثرى هذه الرسالة، فتخرج فى أبهى صورة، فلسيادتها كل الشكر والتقدير والعرفان لقبول مناقشة هذه
الرسالة.

كما أتوجه بعمق الشكر والأمتنان لأمى الحبيبة، ولأخواتى على ما قدموه لى من تشجيع ودعم،
وما تحملوه معى جمیعاً من مشاق وصعوبات بتفهم وسعة صدر لأنتمام هذه الدراسة فكانوا لى نعم
العون والسد، فلهم منى كل الحب والتقدیر والاحترام وجزاهم الله عنى خير الجزاء.
وأخيراً أقدم خالص الشكر والتقدیر للسادة الحضور ، وكل يد امتدت إلى بالعون والمساعدة
لأنتمام هذا العمل، فجزاكم الله عنى جمیعاً خير الجزاء.

مستخلص:

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

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

وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها ٢٠٠ مفردة من مستخدمي مواقع التسويق الإلكترونية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتحدّدت عينة الدراسة التحليلية في (٤٥٥) إعلان لمنتجات وخدمات مختلفة على موقع (سوق دوت كوم)، و(٣٦٠) إعلان لمنتجات وخدمات مختلفة على صحتى (فيسبوك - توينتر) المرتبطان بموقع سوق دوت كوم، (١٨) إعلان فيديو لمنتجات وخدمات مختلفة على صفحة (يوتيوب) التابعة لموقع سوق دوت كوم، وذلك بعد إجراء دراسة استطلاعية لاختبار الشبكات عينة الدراسة.

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

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

Key Wards:

الكلمات المفتاحية:

E- marketing

التسويق الإلكتروني

Social networks

شبكات التواصل الاجتماعي

The tendency to buy

الاتجاه نحو الشراء

قائمة المحتويات

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