

كلية الإدارة والتسويق . برنامج الدكتوراة في التسويق

مهارات بحثية ١ . الدكتوراة مرفت محمد

دور التسويق الإلكتروني في ترسيخ العلامة التجارية
(دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري)

إعداد: مجدي يوسف أحمد علي



مهارات بحثية ١. المحاضرة رقم (٣)

مهارات بحثية ١ . المحاضرة رقم (٣)



دور التسويق الإلكتروني في ترسيخ العلامة التجارية

(دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري)

<https://opac.centre-univ-mila.dz/z//330-2075-11.pdf>

إعداد: زينب بن يوسف وحميدة تراس

قسم العلوم الاقتصادية - معهد قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
المركز الجامعي عبدالحفيظ بوالصوف ميله . الجزائر



بناءً على تكليف المحاضرة رقم (٣) لمادة
مهارات بحثية ١ - تقديم الدكتور
مرفت محمد، سأقوم باستعراض
أهداف البحث وأهميته ومنهجيته
لدراسة بعنوان:

دور التسويق الإلكتروني في ترسيخ العلامة التجارية
(دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري)



صفحة

01

تكليف المحاضرة رقم (٣)

إستعراض أهداف البحث وأهميته ومنهجيته

مهارات بحثية ١ . المحاضرة رقم (٣)

أولاً: أهداف البحث:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى ما يلي:

- معرفة مدى مساهمة التسويق الإلكتروني في ترسيخ العلامة التجارية في بنك القرض الشعبي الوطني الجزائري.
- فهم طبيعة المزيج التسويقي الإلكتروني والمراحل المتبعة في ترسيخ العلامة التجارية في بنك القرض الشعبي الوطني الجزائري.
- توضيح عملية التسويق الإلكتروني في تحقيق أهداف البنك.
- معرفة مدى فعالية التسويق الإلكتروني في ترسيخ العلامة التجارية.

مهارات بحثية ١ . المحاضرة رقم (٣)

ثانياً: أهمية الدراسة:

- في ظل التغيرات الجذرية الحاصلة في البيئة التسويقية إهتمت العديد من الشركات بإعادة التفكير في الدور الأساسي للتسويق. ونتيجة للمنافسة العالمية أصبح من الضروري على عالم الأعمال أن يسعى إلى طرق أكثر فعالية نحو دراسة التسويق المبتكر وإعتماد أساليب وطرق أكثر فعالية لإستقطاب الزبائن وتنشيط المعاملات والتبادلات في ظل التكنولوجيا الرقمية فكان لابد من إستخدام أسلوب التسويق الإلكتروني، حيث يساهم هذا الأسلوب في تعزيز الخطط التسويقية والتعريف بالمؤسسة وترسيخ العلامة التجارية، ومن هنا تأتي أهمية الدراسة من خلال:
- ضرورة تطبيق مفهوم التسويق الإلكتروني في المؤسسات لما له من دور في التغلب على المشاكل والمعوقات التي تعترض المنظمات عند قيامها بأداء عملياتها التسويقية.
 - ضرورة إدخال وتطوير خدمات شبكة الإنترنت والويب والإستفادة من خدماتها في الأنشطة التطبيقية لتحقيق الأهداف المنشودة مثل ترسيخ علامتها التجارية في فترة قياسية.
 - فهم المزيج التسويقي ومراحله وأدواته التي توصل المؤسسات بهدف ترسيخ العلامة التجارية.

مهارات بحثية ١ . المحاضرة رقم (٣)

ثالثاً: منهجية الدراسة:

حتى نتمكن من الإجابة على الإشكالية المطروحة ومحاولة إختبار صحة الفرضيات من عدمها إستخدمنا عدة مناهج على النحو التالي:

- المنهج الوصفي: إستخدمنا هذا المنهج للدراسة ووصف مختلف المفاهيم المتعلقة بالتسوّق الإلكتروني والعلامة التجارية والسياسات والإستراتيجيات المتّبعة، أي بصفة كلية المعلومات النظرية المتعلقة بموضوع الدراسة.
- المنهج التحليلي: أعتمد عليه في الجزء التطبيقي من خلال تحليل مختلف المعلومات المتعلقة بالدراسة: حالة القرض البنكي الجزائري.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

