

جامعة ميد أوشن – مشروع تخرج

عنوان البحث:

اتجاهات الجمهور نحو الإعلانات الرقمية ومستوى تأثيرها على القرار الشرائي

اسم الطالبة: انعام عبدالرحمن الطلحة

الوحدة الأولى: البيانات العامة

1. الجنس

☐ ذكر

☐ أنثى

2. العمر

☐ أقل من 20 سنة

☐ من 20 – أقل من 30

☐ من 30 – أقل من 40

☐ 40 سنة فأكثر

3. المستوى التعليمي

☐ ثانوي أو أقل

☐ دبلوم

☐ بكالوريوس

☐ دراسات عليا

4. الحالة الوظيفية

☐ طالب

☐ موظف

☐ عمل حر

☐ غير عامل

الوحدة الثانية: استخدام الإنترنت والإعلانات الرقمية

5. كم ساعة تستخدم الإنترنت يومياً؟

☐ أقل من ساعة

☐ 1 – 3 ساعات

☐ 3 – 5 ساعات

☐ أكثر من 5 ساعات

6. ما أكثر المنصات التي تستخدمها؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ إنستغرام
☐ فيسبوك
☐ تيك توك
☐ يوتيوب
☒ تويتر (X)
☐ أخرى..... :

7. هل تلاحظ الإعلانات الرقمية أثناء استخدامك الإنترنت؟

- ☐ نعم
☐ إلى حد ما
☐ لا

8. ما أكثر أنواع الإعلانات الرقمية التي تشاهدها؟

- ☐ إعلانات الفيديو
☐ إعلانات الصور
☐ إعلانات المؤثرين
☐ الإعلانات المبنقة
☐ أخرى..... :

الوحدة الثالثة: اتجاهات الجمهور نحو الإعلانات الرقمية

9. حدد درجة موافقتك على العبارات التالية:

العبارة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
الإعلانات الرقمية تساعدني في التعرف على منتجات جديدة	☐	☐	☐	☐	☐
الإعلانات الرقمية تقدم معلومات مفيدة عن المنتجات	☐	☐	☐	☐	☐
أثق بالمعلومات الموجودة في الإعلانات الرقمية	☐	☐	☐	☐	☐
الإعلانات الرقمية جذابة وتلفت انتباهي	☐	☐	☐	☐	☐
أفضل الإعلانات الرقمية على الإعلانات التقليدية	☐	☐	☐	☐	☐

الوحدة الرابعة: تأثير الإعلانات الرقمية على القرار الشرائي

10. حدد درجة موافقتك على العبارات التالية:

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الإعلانات الرقمية تؤثر على قراري في شراء المنتجات	☐	☐	☐	☐	☐
قد أشتري منتجاً بعد مشاهدة إعلان رقمي	☐	☐	☐	☐	☐
الإعلانات الرقمية تساعدني في مقارنة المنتجات	☐	☐	☐	☐	☐
الإعلانات الرقمية تزيد من رغبتني في تجربة منتجات جديدة	☐	☐	☐	☐	☐
تقييمات المستخدمين في الإعلانات الرقمية تؤثر على قراري الشرائي	☐	☐	☐	☐	☐

الوحدة الخامسة: سلوك الشراء عبر الإنترنت

11. هل سبق أن اشتريت منتجاً بعد مشاهدة إعلان رقمي؟

☐ نعم

☐ لا

12. ما الأسباب التي قد تدفعك للشراء بعد مشاهدة إعلان رقمي؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

☐ عرض أو خصم

☐ جودة الإعلان

☐ توصية المؤثرين

☐ تقييمات المستخدمين

☐ سهولة الشراء عبر الإنترنت

13. برأيك، ما أكثر العوامل التي تجعل الإعلان الرقمي مؤثراً؟

☐ تصميم الإعلان

☐ مصداقية المعلومات

☐ شهرة العلامة التجارية

☐ آراء المستخدمين

☐ المؤثرين