

الموضوع

تأثير الإعلانات التجارية على سلوك المستهلك

أسم الطالب

عبدالعزیز بن عبدالله الماجد

الرقم الجامعي

2021205257

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

اسئلة البحث الفرعية

1. ما هي العوامل التي تؤثر في فاعلية الإعلانات التجارية في تغيير سلوك المستهلك؟
2. ما هي طبيعة التأثير الذي تمارسه الإعلانات التجارية على توجهات المستهلك واختياراته؟
3. كيف يؤثر نوع ومحتوى الإعلانات التجارية على سلوك المستهلك؟
4. ما هي الأساليب الفعالة التي يمكن استخدامها لقياس تأثير الإعلانات التجارية على سلوك المستهلك؟
5. هل تؤثر مكانة العلامة التجارية أو سمعتها على تأثير الإعلانات التجارية على سلوك المستهلك؟

اهداف البحث

الهدف العام :

1. تحليل تأثير الإعلانات التجارية على سلوك المستهلك وتحديد العوامل المؤثرة فيه.

الاهداف الفرعية

2. تحديد فاعلية أنواع مختلفة من الإعلانات التجارية في تغيير سلوك المستهلك.

3. مقارنة تأثير الإعلانات التجارية التلفزيونية والإعلانات الرقمية على سلوك المستهلك.

4. تقييم تأثير الإعلانات التجارية على سلوك المستهلك فيما يتعلق بالشراء الفوري والشراء المستقبلي.

فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية H1:

1. توجد علاقة إيجابية بين الإعلانات التجارية وتغيير سلوك المستهلك فيما يتعلق بشراء منتجات وخدمات معينة.

الفرضية الفرعية الأولى Ha:

2. توجد علاقة سلبية بين الإعلانات التجارية وسلوك المستهلك فيما يتعلق بالمقاطعة أو الابتعاد عن منتجات معينة.

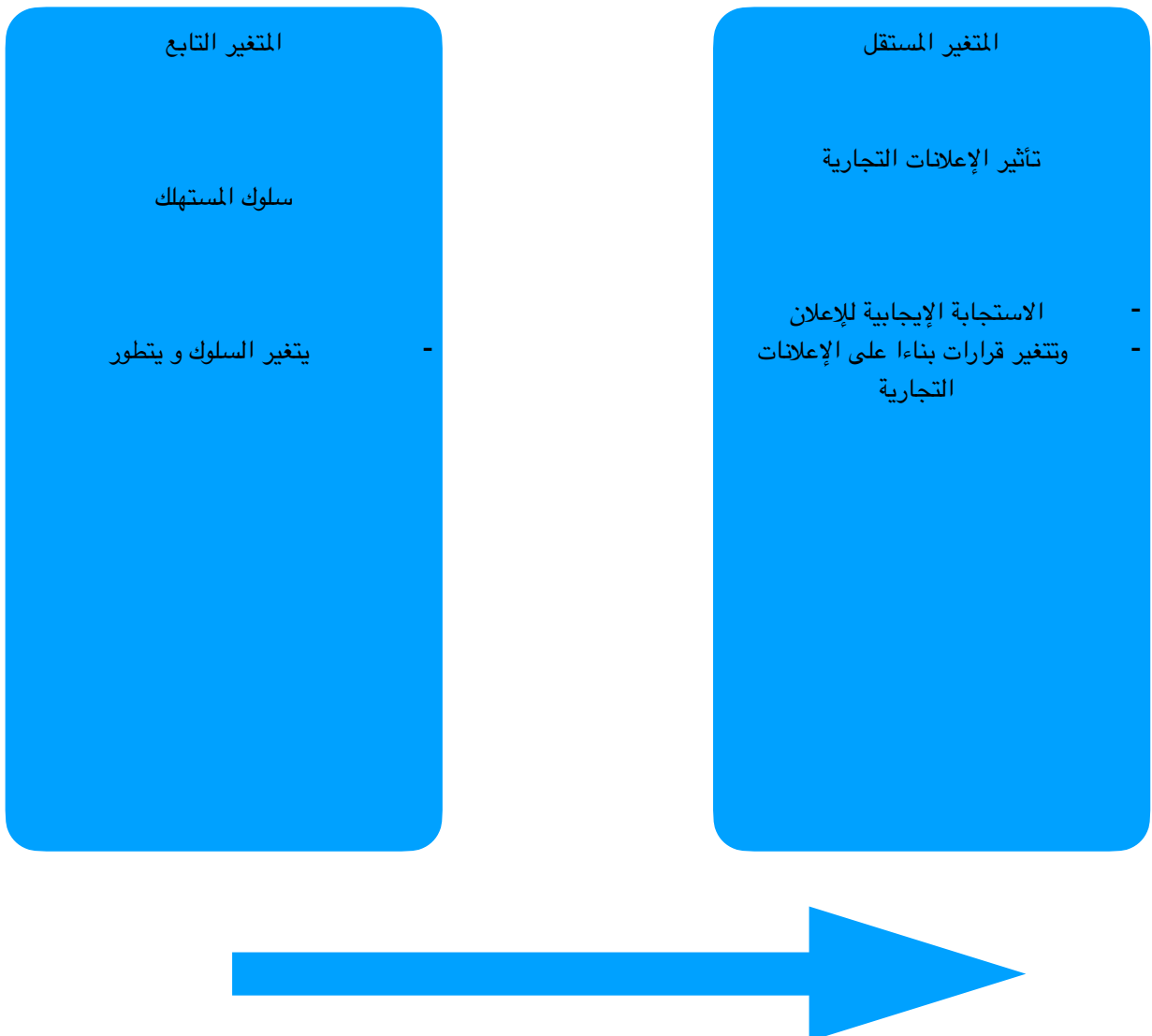
الفرضية الفرعية الثانية Hb:

3. توجد علاقة بين محتوى الإعلانات التجارية وسلوك المستهلك، حيث يؤثر محتوى الإعلان على قرارات الشراء والاستجابة الإيجابية للإعلان.

الفرضية الفرعية الثالثة Hc:

4. توجد علاقة بين تجربة المستهلك مع الإعلانات التجارية وسلوكه، حيث تؤثر تجارب المستهلك في تكوين الاتجاهات والتفضيلات والسلوكيات المستقبلية للمستهلك.

نموذج رسم البحث



H1,Ha,Hb,Hc

تم تصميمه بواسطة الطالب : عبدالعزيز الماجد

الدراسة الميدانية

شركة أمازون (Amazon)

هي واحدة من أكبر الشركات التجارية عبر الإنترنت في العالم، وتلعب دورًا هامًا في تحويل البيانات التجارية إلى تجربة شراء مخصصة للمستهلكين. تعتمد أمازون بشكل كبير على تحليل واستخدام البيانات التجارية لتحسين سلوك المستهلك وتوفير تجربة تسوق شخصية ومخصصة.

1. تحسين تجربة التسوق الشخصية: يتم جمع البيانات التجارية من المستخدمين عبر أمازون، مثل التفضيلات والسجلات السابقة للمشتريات والتفاعلات، وتُستخدم هذه البيانات لتحسين تجربة التسوق الشخصية لكل مستخدم. يتم توصية المنتجات والعروض المناسبة بناءً على البيانات الشخصية، مما يؤثر على سلوك المستهلك في اتخاذ قرارات الشراء.

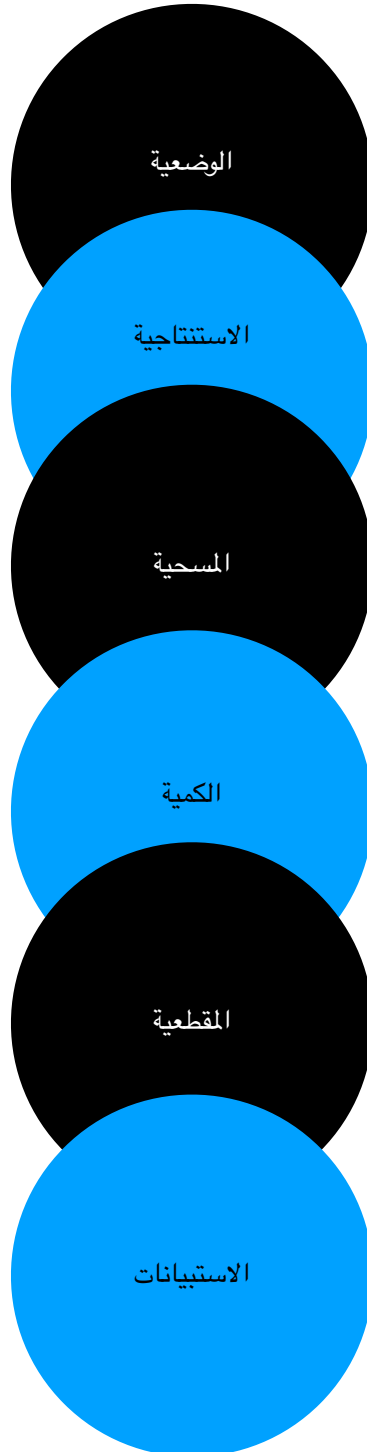
2. إعلانات مستهدفة: يستخدم أمازون البيانات التجارية لتوجيه الإعلانات بشكل مستهدف للمستخدمين. يتم تحليل البيانات لفهم اهتمامات المستهلكين وتوجيه الإعلانات المناسبة لهم، مما يؤثر على سلوك المستهلك في التفاعل مع الإعلانات والقيام بعمليات الشراء.

3. تحديد الأسعار والعروض: يتم استخدام البيانات التجارية لتحليل سلوك المستهلك وتحديد الأسعار والعروض بشكل فعال. يتم تحليل البيانات لفهم سلوك المستهلكين فيما يتعلق بالأسعار والعروض المفضلة، وبناءً على ذلك يتم تحديد السعر وتقديم العروض المناسبة التي تؤثر على سلوك المستهلك في اتخاذ قرارات الشراء.

4. تحليل الاستجابة والتفاعل: يتم تحليل البيانات التجارية لفهم استجابة المستهلكين للمنتجات والعروض المختلفة. يتم رصد سلوك المستهلك وتحليل بيانات التفاعل والشراء، مما يساعد أمازون على تحسين تجربة المستهلك وتوجيه العروض المستقبلية بناءً على هذه البيانات.

باختصار، تستخدم أمازون البيانات التجارية بشكل استراتيجي لتحسين سلوك المستهلك وتوفير تجربة التسوق مخصصة وفعالة. يتم تحليل البيانات لفهم اهتمامات واحتياجات المستهلكين وتوجيه العروض والإعلانات وتحديد الأسعار بناءً على ذلك، مما يؤثر بشكل كبير على سلوك المستهلك وقرارات الشراء.

بصلة البحث



هيكـل المشروع

الفصل الأول المقدمة

الفصل الثاني الإطار النظري

الفصل الثالث منهجية البحث

الفصل الرابع التحليل الإحصائي

الفصل الخامس مناقشة نتائج و الخاتمة

جدول المحتويات

صفحة الغلاف

أسئلة البحث

أهداف البحث

فرضية البحث

نموذج رسم البحث

الدراسة الميدانية

منهجية البحث

هيكل مشروع

جدول محتويات