

عنوان المشروع: مصداقية الرسالة التسويقية وأثرها على سلوك المستهلك

أسئلة البحث (1)

- ما مستوى إدراك العملاء لمصداقية الرسالة التسويقية؟
- ما أثر مصداقية الرسالة التسويقية على ثقة المستهلك؟
- هل تؤثر مصداقية الرسالة التسويقية على نية الشراء؟

أهداف البحث (2)

- التعرف على مفهوم مصداقية الرسالة التسويقية وأبعادها.
- قياس أثر مصداقية الرسالة التسويقية على ثقة المستهلك.
- دراسة تأثيرها على نية الشراء.

فرضيات البحث (3)

- توجد علاقة إيجابية بين مصداقية الرسالة التسويقية وثقة المستهلك.
- تؤثر مصداقية الرسالة التسويقية إيجابياً على نية الشراء.

نموذج البحث (4)

- مصداقية الرسالة التسويقية ← ثقة العملاء ← نية الشراء

مكان التطبيق المقترح (5)

- سيتم تطبيق الدراسة على عملاء شركات التجارة الإلكترونية ومتاجر التجزئة الرقمية.

منهجية البحث (6)

- سيتم استخدام المنهج الكمي بالاعتماد على استبانة إلكترونية توزع على 200 عميل وتحليل النتائج باستخدام SPSS.

الهيكل المقترح (7)

- الفصل الأول: المقدمة
- الفصل الثاني: الدراسات السابقة
- الفصل الثالث: المنهجية
- الفصل الرابع: تحليل النتائج

- الفصل الخامس: التوصيات

جدول المحتويات (8)

- المقدمة
- مشكلة البحث
- أسئلة البحث
- الأهداف
- الفرضيات
- المنهجية
- المراجع

قائمة المراجع (9)

- Kotler, P., & Keller, K. (2016). Marketing Management.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). Advertising and Promotion.