

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في التسويق الرقمي

تعرض طلاب الجامعات السعودية لإعلانات العلامات  
التجارية على مواقع التواصل الاجتماعي  
": دراسة ميدانية

إعداد : رقية محمد العليوي

الأكاديمي :  
233000277

تحت إشراف  
د/ علياء قمر

2026

## Title the study

" Saudi university students exposed to beauty product brand  
advertisements on social media: A field study"

Prepared by: Roqayyah alalaiwi

Name:

233000277

Supervised by: Dr. Aliaa Qamer

Year  
2026

## دراسات سابقة

1

محمد(٢٠٢٠) بعنوان "تعرض الشباب الجامعي السعودي لإعلانات مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستويات استجابتهم الشرائية: دراسة مسحية" هدفت الى التعرف على دوافع تعرض الشباب الجامعي لإعلانات المؤثرين وما مدى مصداقيتهم والتوافق بين شخصيتهم وشخصيه علامه المعلن عنها ،طبقت الدراسة من خلال اجراء دراسة مسحية من الذكور والاناث بجامعة الملك سعود بالرياض واعتمدت الدراسة على منهج مسحي واستخدمت أداة استبيان وتوصلت نتائج الدراسة الى أن الشباب السعودي يحرص بشدة على متابعة إعلانات المؤثرين كما كشفت عن إعلانات الملابس والأزياء جاءت بالمرتبة الأولى من حيث التفضيل ويلبها الطعام

2/

د. عقبه(٢٠٢٣) بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافة الشباب-دراسة تحليلية على عينة عشوائية من طلاب جامعة دمشق

هدفت الدراسة لمعرفة تأثير مواقع التواصل في تشكيل ثقافة الشباب حيث اعتمدت الدراسة على تفسير المعلومات والبيانات بطريقة علمية لبناء قدرات الشباب الفكرية حسب العادات والتقاليد واستخدمت أداة تحليل وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مواقع التواصل دور كبير في توفير المعلومات بشكل عام ومجتمع الشباب بشكل خاص كما اوصت توفير التقنيات الحديثة لفئة الشباب ببسر حتى يتسنى لهم في تشكيل ثقافتهم بوعي

/ هدى(٢٠٢١) بعنوان " تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة الاستهلاك في المجتمع 3 هدفت الدراسة الى معرفة دور الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة ثقافة المستهلك 50ومعرفة أسباب تفضيل التسويق عبر مواقع التواصل طبقت الدراسة على عينة قوامها من طالبة ينتمون من جامعة أم القرى اعتمدت الدراسة على منهج وصفي واستخدمت أداة الاستبانة وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي عبر المؤثرين سبب رئيسي واوصت الدراسة بان يقوم المسوقون ومصممي المواقع بفهم المزايا التي قدمها الويب

4 /Aleid(2024) بعنوان " دور إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي والنشاط البدني في

سلوكيات الأكل لدى عامة السكان في المملكة العربية السعودية هدفت الى تقييم دور إعلانات الطعام على وسائل التواصل الاجتماعي والنشاط على سلوكيات بنتمون الى السعودية اعتمدت الدراسة على منهج 471الاكل طبقت الدراسة على عينة قوامها تحليلي واستخدمت أداة استبيان وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الكثير جراء استخدام منصات التواصل ومشاهدت الإعلانات الطعام يتخذون نمط غير صحي وقليل الحركة واوصلت الدراسة

ب ينبغي تشجيع السعوديين على ممارسة المزيد من النشاط البدني لدعم الحفاظ على نمط حياة صحي وعادات غذائية سليمة

5 (A1-Thagafi) 2020،

( بعنوان " التسويق الرقمي لاستقطاب طلاب الجامعات السعودية " هدفت الدراسة الى تطوير نموذج نضج قدرات التسويق الرقمي لدعم استقطاب الطلاب الدوليين الى الجامعات الحكومية في المملكة العربية السعودية ،اعتمدت الدراسة على التحليل وتوصلت نتائج الدراسة زيادة عدد الطلاب الدوليين إحدى استراتيجيات رؤية المملكة

6

2025 (ABINS).

بعنوان " اثر متابعة مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي في الشباب الجامعيين في المجتمع طالب ينتمون الى مجتمع جامعة الامام محمد 386السعودي" طبقت الدراسة على عينة قوامها بن سعود الإسلامية اعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي واستخدمت أداة استبيان مسح اجتماعي وتوصلت الدراسة إلى أن تأثير متابعة مشاهير التواصل الاجتماعي على قيم طلاب الجامعات مع مستوى عال لانتشار القيم الفردية بين الشباب واوصت الدراسة ب استفادة الشباب من مشاهير التواصل الاجتماعي في التخطيط لمستقبلهم ونظرتهم للمستقبل

٧/ Alharbi,, (2022) بعنوان " الإعلان على سناب شات :استكشاف تأثير المشاهير بين الشابات في المملكة العربية السعودية "

٨/ akaylah (2021) تأثير منصات التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك " هدفت الدراسة الى دراسة اثر التسويق على المستهلك طبقت الدراسة علىعينة قوامها 1425 مستخد لمنصات التواصل ينتمون الي الرياض اعتمدت الدراسة على منهج الكمي واستخدمت أداة استبيان وتوصلت نتائج الدراسة الى ان الإعلان عبر وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل كبير على قرار الشراء لدى المستهلك

٩/ Taylor (2022) بعنوان " تأثير المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي على استهلاك الغذاء في المملكة العربية السعودية " تهدف الدراسة الى أن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الخيارات الصحية لفهم عواقب استهلاك الغذاء، طبقت الدراسة على عينة عددها 1124 اعتمدت الدراسة على منهج وصفي واستخدمت أداة استبيان وتوصلت نتائج الدراسة إلى ان الاناث اكثر عرضه للتأثر بوسائل التواصل اكثر من الذكور

١٠ / Jamal (2025) بعنوان " زيادة إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على ثقة المستهلك" دراسة ميدانية ،هدفت الدراسة إلى استكشاف العديد من القضايا المتعلقة بتأثير إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي على ثقة المستهلك وفهم كيفية التأثير على الثقة طبقت الدراسة على عينة من جامعه جيهان ،اعتمدت الدراسة على منهج وصفي واستخدمت أداة استبيان وتوصلت نتائج الدراسة إلى ان معظم الاناس يستخدموا منصات التواصل يوميا والسناب الأكثر شيوعا

١١ / saud (2019) بعنوان "العلاقة بين صورة الجسم ومؤشر كتلة الجسم وإدمان وسائل الاجتماعي" هدفت الدراسة إلى تقييم صورة الجسم المتصورة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي طبقت العينة على عدد 307 ينتمون إلى مجتمع جامعة الاميرة نورة، اعتمدت على منهج دراسة مقطعية باستخدام أسلوب أخذ العينات العشوائية المنتظمة واستخدمت أداة استبيان وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن 73٪ لديهم صورة سيئة عن اجسامهم

## المراجع /

١/ محمد يوسف يونس, & هيثم. (٢٠٢٠). تعرض الشباب الجامعي السعودي لإعلانات مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستويات استجاباتهم الشرائية: دراسة مسحية. *المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال*, ٢٠٢٠ (٢٨), ٤٦٣-٣٧٨.

٢/ د. عقبة عبدالنافع العلي. (٢٠٢٣). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافة الشباب- دراسة تحليلية على عينة عشوائية من طلاب جامعة دمشق (يناير ٢٠٢٣-مارس ٢٠٢٣). *مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية*, ٤ (٥), ١٩٧-٢٣٣.

٣

/ عبدربه حميد القرشي, & هدى. (٢٠٢١). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة الاستهلاك في المجتمع. *مجلة كلية التربية (أسيوط)*, ٣٧ (٦), ١٠٦-١٣١.

/4 M. J., Teixeira-Lemos, E., & Raposo, A. (2024). The role of social media advertisement and physical activity on eating behaviors among the general population in Saudi Arabia. *Nutrients*, 16(8), 1215.

/٥ Al-Thagafi, A., Mannion, M., & Siddiqui, N. (2020). Digital marketing for Saudi Arabian university student recruitment. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 12(5), 1147-1159.

٦

AL-RASHOUD, A. B. S. (2025). The Impact of Following Social Media Celebrities on University Youth in Saudi Society. *TPM–Testing, Psychometrics, Methodology in Applied Psychology*, 32(S4 (2025): Posted 17 July), 1993-2009.

/٧

Alqahtani, H. (2024). Advertising on Snapchat: Exploring The Influence Of Celebrities Among Young Women In Saudi Arabia. *Research in Advertising*, 43(2), 165-184.

/٨

Akayleh, F. A. (2021). The influence of social media advertising on consumer behaviour. *Middle East Journal of Management*, 8(4), 344-366.

/٩

Alwafi, H., Alwafi, R., Naser, A. Y., Samannodi, M., Aboraya, D., Salawati, E., ... & Almatrafi, M. (2022). The impact of social media influencers on food consumption in Saudi Arabia, a cross-sectional web-based survey. *Journal of Multidisciplinary Healthcare*, 2129-2139.

/١٠

Jamal Hama Karim, A., & Munem AlQudah, A. (2025). The Increase of Social Media Advertising and its Impact on Consumer Confidence Cihan University-Erbil Students as a model A field study. *المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات*, 5(16).

/١١

Saud, D. F. A., Alhaddab, S. A., Alhajri, S. M., Alharbi, N. S., Aljohar, S. A., & Mortada, E. M. (2019). The association between body image, Body Mass Index and social media addiction among female students at a saudi arabia public university. *Malaysian Journal of Medicine & Health Sciences*, 15(1).





