

استبيان

بحث علمي بعنوان:

دور التسويق عبر تيك توك في تعزيز الوعي بالعلامة التجارية للمنتجات الرياضية لدى الشباب السعودي
دراسة ميدانية

بحث مقدم ضمن مشروع تخرج للحصول على درجة بكالوريوس التسويق الرقمي

من كلية الإعلام والتسويق – جامعة ميدأوشن

عزيزي/عزيزتي المشارك/ المشاركة.

ونظراً لأننا نؤمن بأن خبرتكم الواسعة ومساهماتكم القيمة ستكون لهما أثر كبير في إنجاح هذه الدراسة وتحقيق أهدافها. لذا نرجو من سيادتكم التفضل بالمساهمة في هذه الدراسة من خلال الإجابة على الاستقصاء المرفق بأن جميع البيانات سرية، ولن نستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام.

الباحث

هدى زكري

مستوى التعرض والاستخدام

1- منذ متى تستخدم التيك توك؟

- أقل من سنة
- من سنة إلى 5 سنوات
- أكثر من 5 سنوات

2 - كم يبلغ متوسط استخدامك اليومي التيك توك ؟

- أقل من ساعة
- من ساعة إلى 3 ساعات
- أكثر من 3 ساعات

أسئلة خاصة بموضوع الدراسة

م	الأسئلة	موافق	محايد	معارض
1	أحرص على متابعة المحتوى التسويقي الخاص بالمنتجات الرياضية عبر منصة تيك توك.	☐	☐	☐
2	يتميز المحتوى التسويقي للمنتجات الرياضية على تيك توك بالجاذبية والإبداع.	☐	☐	☐
3	تساعد الفيديوهات القصيرة على تيك توك في توضيح مزايا المنتجات الرياضية بشكل أفضل.	☐	☐	☐
4	أجد أن المحتوى التسويقي عبر تيك توك يقدم معلومات مفيدة عن المنتجات الرياضية.	☐	☐	☐
5	يسهم المحتوى المنشور عبر تيك توك في زيادة اهتمامي بالمنتجات الرياضية.	☐	☐	☐

☐	☐	☐	6	أُتفاعل مع المحتوى التسويقي للمنتجات الرياضية من خلال الإعجاب أو التعليق أو المشاركة.
☐	☐	☐	7	يزيد تفاعلي مع المحتوى الرياضي على تيك توك من معرفتي بالعلامات التجارية الرياضية.
☐	☐	☐	8	أشارك المحتوى التسويقي للمنتجات الرياضية مع الآخرين عندما أراه مفيداً أو جذاباً.
☐	☐	☐	9	تؤثر التعليقات والتفاعلات الموجودة على المحتوى التسويقي في تكوين انطباعي عن العلامة التجارية.
☐	☐	☐	10	يساعد التفاعل المستمر مع المحتوى التسويقي على تيك توك في تعزيز اهتمامي بالعلامات التجارية الرياضية.
☐	☐	☐	11	أثق بالمنتجات الرياضية التي يروج لها المؤثرون عبر منصة تيك توك.
☐	☐	☐	12	يؤثر المؤثرون على تيك توك في قراراتتي المتعلقة بمتابعة العلامات التجارية الرياضية.
☐	☐	☐	13	تساعد توصيات المؤثرين في زيادة معرفتي بالعلامات التجارية الرياضية الجديدة.
☐	☐	☐	14	أتابع المحتوى الذي يقدمه المؤثرون المتخصصون في المجال الرياضي بشكل منتظم.
☐	☐	☐	15	يسهم التسويق بالمؤثرين عبر تيك توك في تعزيز ثقتي بالعلامات التجارية الرياضية.
☐	☐	☐	16	أستطيع التعرف بسهولة على العلامات التجارية الرياضية التي يتم التسويق لها عبر تيك توك.
☐	☐	☐	17	أتذكر أسماء العلامات التجارية الرياضية التي أشاهدها بشكل متكرر على تيك توك.
☐	☐	☐	18	زادت معرفتي بالمنتجات الرياضية نتيجة متابعتي للمحتوى التسويقي على تيك توك.
☐	☐	☐	19	أصبحت العلامات التجارية الرياضية أكثر حضوراً في ذهني بسبب التسويق عبر تيك توك.
☐	☐	☐	20	يسهم التسويق عبر تيك توك في تعزيز الوعي بالعلامة التجارية للمنتجات الرياضية لدى الشباب السعودي.

البيانات الشخصية

النوع

- ذكر
- أنثى

العمر

- ☐ من 18 إلى 35 سنة.
- ☐ من 36 إلى 50 سنة.
- ☐ 51 سنة فأكثر.

المستوى التعليمي

- ثانوية عامة أو أقل.
- مؤهل جامعي (بكالوريوس أو ليسانس).
- دراسات عليا (ماجستير أو دكتوراه).

الدخل الشهري

- ☐ أقل من 8,000 ريال
- ☐ من 8,000 إلى 20,000 ريال
- ☐ أكثر من 20,000 ريال

