

قضايا بحثية 2
المهمة الرابعة
نورة مبارك البقمي
اشراف أ. د/ دعاء محمد





جامعة الشرق الأوسط
MIDDLE EAST UNIVERSITY
Amman - Jordan

أثر استخدام أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء لدى
طلاب الجامعات الخاصة في عمان

**The Impact of Using Digital Marketing Tools on Purchasing
Behavior of Private Universities Students in –Amman–**

إعداد

خالد إبراهيم الحنيطي

إشراف

الدكتور سمير موسى الجبالي

قدمت هذه الرسالة إستكمالاً لمتطلبات للحصول على درجة الماجستير

في إدارة الأعمال

قسم إدارة الأعمال

كلية الأعمال

حدد الباحث الطرق المستخدمة في جمع البيانات ص (37 - 38) وهي كما يلي:

- **مصادر المعلومات الثانوية:** حيث توجه الباحث إلى الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع الدراسة، والرجوع إلى الدوريات المنشورة في قواعد البيانات العالمية المحكمة والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة.
- **مصادر المعلومات الأولية:** تمثلت في استبانة، قام الباحث بتطويرها لتقيس متغيرات الدراسة وإخضاعها للصدق والثبات من خلال إعداد فقرات الاستبانة وتطويرها بالإستناد إلى الدراسات السابقة وقد بلغ عدد فقراتها (53) فقرة
- وقد أورد الباحث جدول تفصيلي بمتغيرات الدراسة وأبعادها والمراجع التي استند إليها عند إعداد كل متغير

وتكونت الاستبانة من ثلاثة أجزاء هي:

1- **جزء خاص بالمتغيرات الديمغرافية** لأفراد عينة الدراسة من خلال أربع متغيرات (النوع، الفئة العمرية، المستوى الدراسي، البرنامج التعليمي)

2- مقياس أبعاد المتغير المستقل وهو أدوات التسويق الرقمي عبر (7) أبعاد فرعية وهي (رسائل البريد الإلكتروني، مشاركة المدونة، محرك البحث، اظهار الإعلان، شبكات التواصل الاجتماعي، فيديوهات اليوتيوب، الإعلانات داخل الألعاب) وأوضح الباحث عدد الفقرات المعبرة عن كل بعد فرعي في جدول (ص 40)

3- مقياس أبعاد المتغير التابع وهو سلوك الشراء عبر (4) أبعاد فرعية هي (الموقف تجاه الشراء عبر الانترنت، المعتقدات التي يقوم عليها الموقف الشرائي، المخاطر المتوقعة، المعايير الشخصية)، وتضمنت (20) فقرة لقياسها

وأوضح الباحث عند شرحه للاستبانة مدى الاستجابة وفق مقياس ليكرت الخماسي وبذلك جاءت الاستبانة معبرة عن متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة ومحددة لتحقيق الهدف من الدراسة، ألا وهو (تشخيص أثر أدوات التسويق الرقمي على سلوك الشراء) كما تناسبت الاستبانة مع تساؤلات الدراسة (ص 7).

تحديد العينة وطريقة اختيارها

حدد الباحث مجتمع الدراسة من كافة طلبة الجامعات الخاصة في عمان والتي يبلغ عددها (9) جامعات، ويبلغ عدد طلابها (43500) طالب ، ونظرا لكبر حجم مجتمع الدراسة قام الباحث بإعتماد جدول uma sekaran لتحديد حجم العينة، ووزعت الاستبانة على طلبة الجامعات الخاصة بعمان التي أبدت استعدادها بالتعاون مع الباحث وبطريقة عشوائية بما يمثل المجتمع، وتم استلام (380) رد من طلاب الجامعة .

وجاءت العينة معبرة عن مجتمع الدراسة وبنسبة مقبولة

وأوضح الباحث بالشرح طريقة اختيار العينة وتطبيق الأدوات

لم يوضح الباحث الجدول الزمني لتطبيق الأدوات واعداد الدراسة

Thank you

