



أثر التسويق الالكتروني على سلوك
العملاء
ابرار محمد الصادق

الفهرس :

الإهداء..... 3

ملخص الدراسة..... 4

الفصل الأول: الإطار العام

1.1 المقدمة 5

2.1 مشكلة الدراسة 7

3.1 أهمية الدراسة 9

4.1 أسئلة الدراسة 10

5.1 أهداف الدراسة 11

6.1 فرضيات الدراسة 12

7.1 نموذج الدراسة 13

8.1 الدراسة الميدانية 14

9.1 مخطط المشروع 15

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

1.2 المقدمة	16
2. التسويق الإلكتروني	17
3.2 سلوك العملاء	19
4.2 العلاقة بينهما	20
5.2 الخاتمة	21

الفصل الثالث: المنهجية

1.3 المقدمة 22

• 2.3 التعريفات 23

3.3 تصميم البحث 24

4.3 العينة 25

5.3 جمع البيانات 26

6.3 أنواع البيانات 27

7.3 التحليل 28

الفصل الرابع: النتائج

1.4 المقدمة 30

2.4 عرض النتائج.....31

3.4 تحليل النتائج 33

4.4 اختبار الفرضية 35

الفصل الخامس: الخاتمة

1.5 الحدود 37

2.5 التوصيات 38

5.3 الخاتمة 39



الأهداء

اهدي هذا العمل إلى والديّ لدعمهم
المستمر، وإلى كل من ساندني

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التسويق الإلكتروني على سلوك العملاء .
تم استخدام المنهج الوصفي من خلال استبيان. وأظهرت النتائج أن التسويق الإلكتروني يؤثر على قرارات الشراء.

وتكمن أهمية الدراسة في مساعدة الشركات

الفصل الأول

1.1 المقدمة

في ظل التطورات التكنولوجية، أصبح التسويق الإلكتروني من أهم الوسائل المستخدمة في الترويج مع انتشار الإنترنت، أصبح الوصول للعملاء أسهل وأسرع.

أدى ذلك إلى تأثير واضح على سلوك العملاء.

2.1

مشكلة الدراسة

الحاجة لمعرفة تأثير التسويق الإلكتروني.

1.3 الأهمية

نظرياً وعملياً مفيد.

4.1 الأسئلة

- هل يؤثر؟
- هل يتقون؟

5.1 الأهداف

- معرفة التأثير

6.1 الفرضية

يوجد تأثير

7.1 النموذج

مستقل/تابع

8.1 الدراسة

استبيان 40 شخص

9.1 المخطط

خمسة فصول

الفصل الثاني 1.2 مقدمة

2.2 التسويق الإلكتروني (3 فقرات)

تعريف

وسائل

مميزات

3.2 سلوك العملاء

تعريف

4.2 العلاقة (فقرتين)

يوجد تأثير
الإعلانات تؤثر

5.2 الخاتمة

تلخيص

الفصل الثالث

منهج وصفي

استبيان

40 شخص

إلكتروني

تحليل نسب

الفصل الرابع

الاستبيان

(أسئلة 5)

لا	نعم	السؤال
5	35	الإنترنت
8	32	الإعلانات
15	25	الثقة
12	28	الشراء
10	30	التأثير

جدول 2

النسبة	السؤال
87%	الإنترنت
80%	الإعلانات
62%	النقة
70%	الشراء
75%	التأثير

التحليل

الاستخدام عالي
الإعلانات مؤثرة
يوجد تأثير واضح

الفصل الخامس

الحدود

عينة صغيرة

التوصيات

. تطوير التسويق

. استخدام السوشيال

الخاتمة

التسويق الإلكتروني مؤثر

المراجع

كتب _ مواقع