

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

القسم: .....

الرقم التسلسلي: .....

الرمز: .....

التسويق الالكتروني في ظل جائحة كورونا  
دراسة ميدانية لزبائن موقع جوميا قسنطينة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف:

د. حسان حجاج

إعداد الطالبة:

وسام بوهالي

السنة الجامعية 2021/2020

دورة جوان 2021

## خطة الدراسة

.....	الشكر والتقدير
.....	الاهداء
.....	فهرس المحتويات
.....	فهرس الجداول والاشكال
.....	مقدمة

### الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

#### اولا: موضوع الدراسة

1. تحديد المشكلة.....
2. أسباب اختيار الموضوع.....
3. اهداف اختيار الموضوع.....
4. أهمية اختيار الموضوع.....
5. تحديد المفاهيم.....
6. الدراسات السابقة.....

#### ثانيا: الإجراءات المنهجية

1. نوع الدراسة.....
2. منهج الدراسة.....
3. مجتمع البحث وعينته.....
4. أدوات جمع البيانات.....
5. مجالات الدراسة.....
6. المقاربة النظرية.....

### الفصل الثاني: التسويق الالكتروني في ظل جائحة كورونا

#### اولا: مرتكزات التسويق الالكتروني

1. تطور التسويق الالكتروني.....
2. خصائص التسويق الالكتروني.....
3. مراحل التسويق الالكتروني.....
4. أنواع التسويق الالكتروني.....
5. أهمية واهداف التسويق الالكتروني.....
6. مجالات التسويق الالكتروني.....
7. تحديات وفرص التسويق الالكتروني.....

## ثانيا: التسويق الالكتروني في الجائحة

1. الاثار الاجتماعية للجائحة.....
2. الاثار النفسية للجائحة.....
3. أهمية التسويق الالكتروني في الجائحة.....
4. أثر نجاح التسويق الالكتروني في الجائحة.....
5. التسويق الالكتروني في ظل الجائحة.....
6. سلوك المستهلك بعد ظهور الجائحة.....

### الفصل الثالث: الجانب الميداني

1. تفرغ وتحليل البيانات.....
2. نتائج الدراسة.....
3. نتائج المقابلة.....

خاتمة

توصيات وافاق الدراسة

قائمة المراجع

الملخص

## ملخص الدراسة باللغة العربية:

تناولت دراستي الموسومة بالتسويق الالكتروني في ظل جائحة كورونا حيث مر الأفراد بصعوبات في اقتناء المنتجات والخدمات نتيجة الاجراءات المطبقة في تلك الفترة وهذا ما دفعني الى طرح التساؤل ما الدوافع التي جعلت المتسوقين يلجؤون الى مؤسسة جوميا ويتسوقون منها وكيف هي الاثار جراء اختيار طريقة التسوق الكترونيا وهدفت الدراسة الى معرفة سلوك المستهلك واحتياجاته والدوافع التي جعلتهم يختارون موقع جوميا وصولا الى الاثار المترتبة، وقد استخدمت المنهج الوصفي لدراسة الظاهرة كما هي في الواقع، بحيث كانت العينة زبائن من موقع جوميا وبعد التحليل توصلت الى ان الحاجة هي من دفعت بالمتسوقين الى الشراء من موقع جوميا اضافة الى الدوافع الاجتماعية واعتبرت عملية الشراء من التجارب الناجحة رغم تفشي المرض وفرض البعد الاجتماعي.

## Summary of the Study in English :

My study tagged with e-marketing in light of the Corona pandemic, where individuals experienced difficulties in acquiring products and services as a result of the procedures applied in that period, and this prompted me to ask the question : What are the motives that made shoppers resort to the Jumia Foundation and shop from it, and what are the effects as a result of choosing the method of shopping online ? To know the consumer's behavior, needs and motives that made them choose the Jumia website, leading to the implications. I used the descriptive approach to study the phenomenon as it is in reality, so that the sample was customers from the Jumia website, and after the analysis, I concluded that the need prompted shoppers to buy from the Jumia website, In addition to social motives, the purchase process was considered one of the successful experiences despite the outbreak of the disease and the imposition of the social dimension.