

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر



كلية علوم الاعلام والاتصال السمعي بصري

القسم: .....

الرقم التسلسلي: .....

الرمز: .....

مذكرة ماستر

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

دور مواقع التواصل الاجتماعي \_ الانستغرام\_ في الترويج للمنتجات التجميلية  
لدى الطالبات الجامعيات

دراسة ميدانية على عينة من طالبات كلية علوم الاعلام والاتصال السمعي بصري جامعة  
قسنطينة 03

اشراف الأستاذ:

من اعداد الطالبتين

د/حجاج حسان

زينب بوالزيت

أستاذ محاضر أ-

منال نكاع

السنة الجامعية: 2022/2021

دورة جوان

## ملخص الدراسة:

### ملخص الدراسة باللغة العربية

تدور إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي الانستغرام في الترويج للمنتجات التجميلية حيث تهدف هذه الدراسة الى معرفة الدور الذي يلعبه مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة منها الانستغرام خلال عملية الترويج للمنتجات التجميلية

حيث تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات على عينة مكونة من 146 طالبة من كلية علوم الاعلام والاتصال السمعي بصري من أصل 1464 كما تم الاعتماد على المقابلة كأداة داعمة

ومن أبرز النتائج المتحصل عليها من خلال كل هذا هو أنه في الأونة الأخيرة أصبح الانستغرام من أكثر التطبيقات استعمالا مقارنة بغيره وخاصة في عملية الترويج للمواد التجميلية حيث سهل العديد من المهام بفضل مختلف المزايا التي وفرها والذي عزز نوعا ما من قيمة المنتج

**الكلمات المفتاحية:** الترويج، الانستغرام ، طالبات ، مواقع التواصل الاجتماعي

### ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية:

The issue of the study is the main question of the extent to which Instagram social media sites contribute to the promotion of cosmetic products. This study aims to know the role played by social media sites, especially Instagram, during the process of promoting cosmetic products. This study relied on the analytical descriptive curriculum and used the questionnaire to collect data on a sample of 146 students from the Faculty of Information and Audiovisual Communication Sciences out of 1464. One of the most notable results obtained through all of this is that in recent times Instagram has become one of the most used apps compared to others, especially in the process of promoting cosmetic materials, facilitating many tasks thanks to the various advantages it has provided which has somewhat enhanced the value of the product.

**Keywords :** Promotion. Instagram. Students. Social Media Sites

	الاهداء
	شكر و عرفان
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ	مقدمة
<b>الفصل الأول: إشكالية البحث وجراتها المنهجية</b>	
<b>المبحث الأول: أبعاد موضوع الدراسة</b>	
04	المطلب الأول تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
07	المطلب الثاني: فرضيات الدراسة
08	المطلب الثالث: أسباب اختيار الموضوع
09	المطلب الرابع: أهمية الدراسة
10	المطلب الخامس: أهداف الدراسة
14-11	المطلب السادس: تحديد مفاهيم الدراسة
<b>المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة</b>	
15	المطلب الأول: المنهج المعتمد في الدراسة
16	المطلب الثاني: مجتمع البحث وعينة الدراسة
19-17	المطلب الثالث: أدوات جمع البيانات
22-19	المطلب الرابع: مجالات الدراسة
26-22	المطلب الخامس: المقاربة النظرية البنائية الوظيفية
33-27	المطلب السادس: الدراسات السابقة
<b>الفصل الثاني: الجانب النظري للدراسة</b>	
<b>المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي -الانستغرام-</b>	
37	المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
38	المطلب الثاني نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
39	المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
45-40	المطلب الرابع: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
45	المطلب الخامس: ماهية موقع الانستغرام
50-49	المطلب السادس: مميزات موقع الانستغرام

51	المطلب السابع: محتويات موقع الانستغرام
<b>المبحث الثاني: الترويج الالكتروني</b>	
56-55	المطلب الاول: مفهوم الترويج الالكتروني
58-56	المطلب الثاني: مميزات الترويج الالكتروني
60-58	المطلب الثالث: الفرق بين الترويج التقليدي والترويج الالكتروني
70-60	المطلب الرابع: المزيج الترويجي الالكتروني
74-70	المطلب الخامس: أدوات الترويج الالكتروني
77-75	المطلب السادس: أهمية الترويج الالكتروني
80-77	المطلب السابع: وظائف الترويج الالكتروني
84-80	المطلب الثامن: استراتيجيات الترويج الالكتروني
<b>الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة</b>	
92-87	المبحث الأول: الصدق الداخلي والخارجي لمحاور الاستمارة
125-92	المبحث الثاني: تحليل الجداول
128-126	المبحث الثالث نتائج الدراسة
131-128	المبحث الرابع اختبار الفروق
135-132	المبحث الخامس اختبار الفرضيات
135	المبحث السادس أفاق الدراسة
الخاتمة	
قائمة المصادر والمراجع	
الملاحق	
ملخص الدراسة	