

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونيدر قسنطينة 03



كلية علوم الإعلام والإتصال والسمعي البصري

القسم:

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة ماستر

التخصص: إتصال وعلاقات عامة

الشعبة:

أثر الإعلان الإلكتروني لشركة جوميا الجزائر عبر الفايسبوك على السلوك الإستهلاكي

لطلبة جامعة قسنطينة-3- صالح بونيدر

دراسة ميدانية على طلبة جامعة قسنطينة -03- صالح بونيدر

إشراف الأستاذ:

د. غدار نور الإسلام

إعداد الطالبتين:

- بن جاب الله رحاب

- بن أقراب أماني

السنة الجامعية 2023/2022

دورة جوان 2023

ملخص الدراسة:

حاولت هذه الدراسة تسليط الضوء على الإعلانات الإلكترونية الخاصة بشركة جوميا الجزائر وتأثيرها على الطلبة الجامعيين، بالتطبيق على طلبة جامعة قسنطينة-3- صالح بو بنيدر

حيث أن الهدف الرئيسي للدراسة هو معرفة الأثر الذي يحدثه الإعلان الإلكتروني لشركة جوميا الجزائر عبر الفايسبوك على طلبة جامعة قسنطينة-3- صالح بو بنيدر ، وذلك إنطلاقا من التساؤل الرئيسي الآتي: ما هو أثر الإعلان الإلكتروني لشركة جوميا الجزائر عبر الفايسبوك على السلوك الإستهلاكي لطلبة جامعة قسنطينة -3- صالح بو بنيدر؟، كما إعتدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي والذي كانت أداته الرئيسية إستمارة الإستبيان وفق ما تطلبتته متغيرات الدراسة، أما فيما يخص عينة الدراسة فقد إعتدنا على العينة الطبقية

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن للإعلانات الإلكترونية لشركة جوميا الجزائر عبر الفايسبوك تأثير على السلوك الإستهلاكي لطلبة جامعة قسنطينة-03- صالح بو بنيدر
 - طلبة جامعة قسنطينة-03- صالح بو بنيدر يتفاعلون مع الإعلانات الإلكترونية الخاصة بشركة جوميا الجزائر عبر الفايسبوك
 - للإعلانات الإلكترونية الخاصة بشركة جوميا الجزائر تأثيرات على المستويات النفسية والمعرفية والسلوكية على طلبة جامعة قسنطينة -3-
- الكلمات المفتاحية:** الإعلان الإلكتروني - جوميا الجزائر - الفايسبوك - الطلبة الجامعيين - الأثر

Abstract:

Our study tried to shed light on the e-advertising of Jumia Algeria and its impact on university students, by applying it to the University 3 Saleh Boubenider students.

The main objective of the study is to understand the impact of Jumia's e-advertising through facebook on algerian college students. Starting from this question: What's the impact of Jumia's E-Advertising through Facebook on the student's consumer behavior of university 3 saleh boubenider ?,we relied in our study on the descriptive approach, by giving students a questionnaire form to give answers as the study required. for the study sample, we relied on the stratified sample.

This study has led to a set of results:

- There's an impact of Jumia's E-Advertising through Facebook on the consumer behavior of university 3 saleh boubenider.
- University 3 saleh boubenider students reacts with Jumia's E-Advertising through Facebook.
- Jumia's e-advertising has a Psychological, cognitive and behavioral effects on university 3 saleh boubenider students.

Key words: E-Advertising – Algeria – Facebook – University Students – Impact

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	فهرس الملاحق
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة	
9	1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
11	2. فرضيات الدراسة
11	3. أسباب إختيار الموضوع
12	4. أهمية الدراسة
13	5. أهداف الدراسة
13	6. تحديد مفاهيم الدراسة
15	7. الدراسات السابقة
19	8. منظور الدراسة
25	9. مجالات الدراسة
26	10. منهج الدراسة
27	11. مجتمع البحث وعينة الدراسة
30	12. أداة جمع البيانات
الفصل الثاني: الإعلان الإلكتروني وسلوك المستهلك	
1. المبحث الأول: الإعلان الإلكتروني	
32	1. نشأة الإعلان الإلكتروني
34	2. أهمية وأهداف الإعلان الإلكتروني
36	3. أنواع وأشكال الإعلان الإلكتروني
40	4. خصائص الإعلان الإلكتروني
40	5. وظائف الإعلان الإلكتروني

42	6. خطوات تصميم الإعلان الإلكتروني
44	7. مزايا وعيوب الإعلان الإلكتروني
II. تأثير الإعلان الإلكتروني على سلوك المستهلك	
46	1. أهمية دراسة سلوك المستهلك
48	2. أنواع سلوك المستهلك وأنواع المستهلكين
49	3. خصائص سلوك المستهلك
50	4. العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك
54	5. المراحل السلوكية للفرد في عملية إتخاذ قرار الشراء
56	6. النماذج المفسرة لسلوك المستهلك
الفصل الثالث: الإجراءات التطبيقية للدراسة	
63	1. عرض وتحليل بيانات الدراسة
96	2. نتائج الدراسة
96	1.2 النتائج العامة للدراسة
98	2.2 النتائج في ضوء فرضيات
99	3. صعوبات الدراسة
100	4. إقتراحات وتوصيات الدراسة
102	خاتمة
104	قائمة المصادر والمراجع
110	الملاحق
120	ملخص الدراسة