

المنهج المعتمد في البحث:

يعتبر المنهج المناسب لهذه الدراسة في المنهج الوصفي التحليلي تم اعتماده بهدف وصف الموقع وتحليل الإعلانات المنشورة فيه بغية الوصول إلى الأهداف المرجوة من الدراسة والتمثلة في إبراز مساهمة الإشهار على الموقع في ترويج العلامة.

أدوات جمع البيانات:

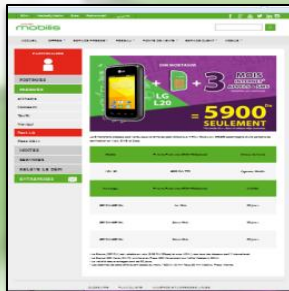
تتمثل أدوات الدراسة في، أداة تحليل المحتوى، المستخدمة في تحليل الإعلانات المنشورة على موقع المؤسسة. إضافة إلى المقابلة التي ستجرى مع مسؤولي مؤسسة موبيليس للحصول بعض معلومات المتعلقة بالجانب التطبيقي.

مجتمع وعينة الدراسة:

- 1_ يتمثل مجتمع البحث في ما تم نشره على موقع المؤسسة من شهر ديسمبر 2014 إلى غاية شهر فيفري 2015، تماثيا مع الفترة الزمنية لإنجاز الدراسة
- 2_ لذا ستكون عينة الدراسة عشوائية منتظمة.

الجانب التطبيقي:

نحاول من خلال هذه الدراسة تحليل الإعلانات المنشورة على موقع مؤسسة موبيليس سواء كانت سلعاً أو خدمات شكلاً ومضموناً فمن خلال الدراسة الاستطلاعية التي أجريناها على محتوى موقع مؤسسة موبيليس قمنا بتحميل واجهة الموقع، وكذا بعض الإعلانات المنشورة، كل هذا تمهيدا للدراسة التطبيقية التي نحن في صدد إعدادها.



الصفحة الرئيسية لموقع مؤسسة موبيليس.



المقدمة:

يشهد اقتصاد اليوم صراع تنافسي بين المؤسسات، التي أصبحت مجبرة على إعادة هيكلة نشاطاتها التقليدية لتجاري مستجدات البيئة الرقمية الراهنة، إذ تعتبر المواقع الإلكترونية أحد الاستراتيجيات الإعلانية التي تعتمدها تلك المؤسسات لترويج علاماتها التجارية وضمان تفاعل الزبائن معها.

تحديد المشكلة:

يحضى الإشهار الإلكتروني باهتمام متباين لدى المؤسسات الخدمائية الوطنية، وفي إطار تسليط الضوء على درجة اهتمام مؤسسة موبيليس فرع ورقلة بالإشهار الإلكتروني، ودوره في الترويج لعلامتها التجارية. ارتأينا طرح السؤال التالي: كيف يساهم الإشهار الإلكتروني في الترويج للعلامة التجارية لمؤسسة موبيليس ورقلة؟

التساؤلات الفرعية:

- 1_ ما هي درجة اهتمام مؤسسة موبيليس ورقلة بالإشهار الإلكتروني؟
- 2_ كيف يروج الإشهار الإلكتروني لخدمات مؤسسة موبيليس ورقلة؟
- 3_ ما هو دور الإشهار الإلكتروني في الترويج للعلامة التجارية لموبيليس؟

الفرضيات:

بالنظر إلى طبيعة الموضوع المعالج في هذه الدراسة تم الاستغناء على الفرضيات، لقللة الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الإشهار الإلكتروني، وبالتالي فإن الدراسة تقرب لأن تكون دراسة استطلاعية.

أهداف البحث:

- 1_ معرفة درجة اهتمام مؤسسة موبيليس _ ورقلة _ بالإشهار الإلكتروني.
- 2_ معرفة دور الإشهار الإلكتروني في الترويج لخدمات مؤسسة موبيليس ورقلة.
- 3_ معرفة دور الإشهار الإلكتروني في الترويج للعلامة التجارية لموبيليس.

