



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

الإعلانات التجارية بإذاعة ورقلة و مدى تأثيرها على سلوك المستهلك
(دراسة ميدانية لعينة من الطلبة الجامعيين بجامعة قاصدي مرباح ورقلة)

The Trade Announ Cement In Ouargla's Radio And The Extent In Of Its Impact On The
Consumer's Attitude

(Domain Study Of Group Of Students In Kasdi Merbah Ouargla University)

ملصق علمي حول موضوع مذكرة تخرج يتم إعدادها لنيل شهادة الماستر ضمن تخصص التكنولوجيات الحديثة للاتصال
من إعداد الطالبتين:

العابد سارة sarrahlabeled2015@gmail.com

بركبية نوال berrenawal2013@gmail.Com

أهداف البحث

- 1/ الوصول إلى أهم العوامل و الدوافع المؤثرة على سلوك المستهلك الشرائي.
- 2/ توفير قاعدة من المعلومات اللازمة للمعلنين في المؤسسة الإذاعية بما يساعدهم على اختيار الإعلانات المناسبة شكلا و مضمونا و تحقيق الأهداف المرجوة بأقل تكلفة.
- 3/ إبراز أثار لإعلانات الإذاعية بالنسبة للمستهلكين (الطالب الجامعي).

مقدمة

يعد النشاط الإعلاني ذا أهمية بالغة في تسويق المنتجات على اختلاف أنواعها سواء كانت سلعا أم خدمات، مما يساهم في نجاح و استمرار الدورة الاقتصادية، لذلك تلجأ المؤسسات الاقتصادية إلى المؤسسات الإعلامية كالإذاعة مثلا للترويج لمنتجاتها و خدماتها من خلال الإعلانات التجارية.

المناهج المعتمدة في الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحليل ظاهرة تأثير الإعلانات التجارية على سلوك المستهلك من خلال البث الإذاعي بورقلة، لذلك فإن المنهج المتبع هو المنهج المسحي الذي يندرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية.

تحديد الإشكالية

ما مدى تأثير الإعلانات التجارية على سلوك الطالب الجامعي من خلال إذاعة ورقلة الجهوية؟

أدوات جمع البيانات

سيتم استعمال استمارة الاستبيان كأداة جمع البيانات والتي ستوزع على عينة من الطلبة الجامعيين بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، قصد الحصول على المعلومات.

التساؤلات الفرعية

- وللإشكالية سابقة الذكر التساؤلات الفرعية التالية:
- 1/ هل يعتمد الطالب الجامعي على الإعلانات التجارية بإذاعة ورقلة لتوجيه سلوكه الاستهلاكي؟
 - 2/ هل تستهوي الإعلانات التجارية بإذاعة ورقلة اهتمامات الطالب الجامعي؟
 - 3/ هل توجد علاقة بين الإعلانات التجارية و سلوك الطالب الجامعي؟

مجتمع وعينة البحث

مجتمع بحثنا يتمثل في مستمعي الإذاعة الجهوية بورقلة و العينة المقصودة بالدراسة هم طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة وبالتحديد طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.

الفرضيات

- 1/ هناك إرادة واعية لدى الطالب الجامعي في توجيه اختياراته الشرائية من خلال الإعلانات.
- 2/ تعتبر الإعلانات التجارية بإذاعة ورقلة قليلة الأهمية بالنسبة للطالب الجامعي بسبب لامبالاته و إمكانياته المادية الضعيفة.
- 3/ توجد علاقة بين الإعلانات التجارية و سلوك الطالب الجامعي الاستهلاكي.

الجانب التطبيقي

قمنا بجولة استطلاعية للمؤسسة الإذاعية بورقلة و كان ذلك يوم 17 فيفري 2015 و أجرينا مقابلة مع مجموعة من الإداريين واطلعنا على الإعلانات التي تبثها الإذاعة ومن خلال ذلك تمكنا من ضبط عينتنا وتصميم استبيان أولي.

الموسم الجامعي
2015/2014

