



## بحث بعنوان

# استخدامات الشبكات الإجتماعية في الإعلان

## اعداد الطالبين

بسمه اللدعه ندى الخزندار

## إشراف الدكتور

أمين وافي

البحث مقدم لاستكمال متطلبات نيل درجة البكالوريوس في الصحافة والإعلام

يونيو لعام ٢٠١١

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحِيمِ

﴿يُرْفَعُ لِلَّهِ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ، اللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾

المجادلة ١١

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

## الاهداء

إلى من سعوا وسعوا لتنعم بالراحة والهدوء . . إلى الذين لم يخلوا بشيء من أجل دفعنا إلى طريق النجاح  
. . إلى الذين غرسوا بداخلنا القيم الحميدة . .

إلى إخوتنا الأعزاء . . إلى من وقفوا معنا في كل كبيرة وصغيرة بمشاعرهم النبيلة وأحاسيسهم  
الصادقة .

إلى من تربطنا بهم العلاقة الأخوية . . إلى من نري فيهم وجودنا في كل وقت .

إلى روح ضحايا الإرهاب الصهيوني . . إلى الذين وهبوا أرواحهم ليهبونا الحياة .

## الشكر والتقدير

- تتقدم بالشكر والتقدير أولاً لله سبحانه وتعالى صاحب الفضل والمنة، فله الحمد والثناء كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه .
- ثم توجه بعظيم شكرنا وامتناننا إلى كل من ساعدنا في إتمام هذا البحث بهذه الكيفية .
- كما وتقدم بالشكر إلى جميع أساتذة القسم على ما قدموه لنا .
- وكان لنا أن نخص بالشكر والاعتراف بالجميل للدكتور /

**أمين وافي** . . . حفظها لله وأدامه شمعته في طريق التعليم .

## المحتويات

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

٢١ .....

٢١ ..... :

٢٢ .....

٢٣ .....

٢٥ .....

٢٦ ..... :

٢٧ ..... :

٣٠ .....

٣٠ ..... :

٣١ ..... :

٣٢ ..... :

٣٢ ..... :

٣٤ ..... :

٣٥ ..... :

٣٦ ..... :

٣٨ .....

٣٩ ..... :

٤٠ .....

٤٢ .....

٤٢ .....

.....

.....

٤٧ .....

.....

.....

.....

.....

.....

..... :

..... :

.....

..... : ( )

..... : ( )

.....

## فهرس الجداول

.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )
.....	( )



- ..... ( )
- ..... ( )
- ..... ( )
- ..... ( )
- ..... ( )
- ..... ( )

# الفصل الأول

## خطة البحث



..

( ) . ....

)

( ) .

(

( ) .

( ) .

- 
- (١) محمد جودت ناصر، الدعاية والاعلان والعلاقات العامة، ط١ (عمان: مجدلاوى للنشر والطباعة، ١٩٩٧) ص ١٠٤  
(٢) محمد فريد الصحن، الاعلان، ط١، (القاهرة: الدار الجامعية، ١٩٩٧) ص ١٩٧  
(٣) منى الحنيدى وسلوى على، الاعلان فى التلفزيون المصرى، بدون ط (القاهرة: الفكر العربى للطباعة والنشر ١٩٨٧) ص ١٠.  
(٤) فحطان بدر العبدلى وسمير عبد الرازق العبدلى، للدعاية والاعلان، ط١ (بيروت: دار العلوم، مكتبة بغداد، ١٩٩٣) ص ١٦

( ) .

( ) .

( ) .

( ) .

- 
- (١) مني سعيد الحديدى، الاعلان، بدون ط (القاهرة:الدار المصرية اللبنانية،١٩٩٩)ص٦٤  
(٢) عبدالجبار منديل الفاغى، الاعلان بين النظرية والتطبيق، ط١(عمان:دار اليازورى،١٩٩٨)ص١٥  
(٣) مروان الصالح، استراتيجيات الاعلان، ط١، (غزة:دار المنار والقاسية،٢٠٠٢م)ص٢٢  
(٤) المرجع السابق نفسه، ص٢٣ .

:

"

\_\_\_\_\_:

( ) .

\_\_\_\_\_:

(١)

(٢)

(٣)

(٤)

(٥)

\_\_\_\_\_:

(١)

(٢)

(٣)

<sup>1</sup>- رند الاسطل، واقع استخدام التسويق الالكتروني لدى البنوك العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة (غزة: الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، ٢٠٠٩)

(٤

(٥

(٦

( )"

" :

\_\_\_\_\_ :

\_\_\_\_\_ :

(١

(٢

(٣

(٤

(٥

(٦

\_\_\_\_\_ :

<sup>1</sup> وسام صبيح، أبو رمضان، قويدر، التجارة الالكترونية بحث تخرج غير منشور، (غزة: الجامعة الاسلامية، كلية التجارة. ٢٠٠٣)

(١)

(٢)

(٣)

( ) (٤)

(٥)

\_\_\_\_\_ : " :

" ( ) .

\_\_\_\_\_ - :

.١

.٢

١- نضال تايه ، تأثير اعلانات الانترنت على مراحل اتخاذ قرار الشراء عند الشباب الجامعي الفلسطيني، رسالة ماجستير غير منشورة، (غزة ، الجامعة الاسلامية ، ٢٠٠٧).

.۳

-: \_\_\_\_\_

.۱

.۲

:

:

:



- 
- 
-

∴

(1)

(2)

(3)

(4)

(5)

(6)

(7)

(8)

(9)

(10)

(11)

"

( ) .

"

( ) "

( ) .

:

- :

•

"

<sup>1</sup>- سمير حسين، بحوث الاعلام والأسس، ط١، (القاهرة، عالم الكتب، ١٩٧٦) ص١٢٣

<sup>2</sup>- المرجع السابق نفسه، ص ١٢٧

<sup>3</sup>- د. أحمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في بحوث الاعلام والاتصال، ط١، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجماعية ٢٠٠٣) ص ١٩

•

:

:

-

:

-

:

:

•

:

•

( )

/

/

---

<sup>1</sup>-مرجع سابق، سمیر حسین، ص ۲۰۰

( )

%

\_\_\_\_\_

\_1

:

.1

( )

,		
,		
,		

% ,

% , : ( )

.

.2

( )

,		-
,		-
,		-

-

% , : ( )

-

% ,

% ,

.۳

( )

,		
,		
,		
,		
,		

% , : ( )

% , % ,

.% ,

.۴

( )

,		
,		
,		
,		
,		

% , % , : ( )

% ,

.

% ,

.6

( )

,		
,		
,		
,		
,		
,		

% , : ( )  
 % , % ,  
 % ,

.6

( )

,		
,		
,		
,		
,		
,		
,		
,		



% , % , : ( )

% , % , % , % ,

.y

( )

,		
,		
,		

% , : ( )

% ,

.^

( )

,		
,		
,		
,		
,		

% , % , ( )

% ,

% ,

Banner Ad

:

(1)

:

( )

:

( )

:

( ... )

7,8 2003( : )

-<sup>1</sup>

.( : )

-<sup>2</sup>

Danah M. boyd and Nicole B.Ellison ,Social network sites: Definition,history,and scholarship-<sup>3</sup>

( )

: HTML      html

Hyper Text Markup language  
( )

HTML      HTML

: Facebook

: Myspace

: Orkut

: LinkedIn

:Artician

)

: Twitter

<sup>1</sup>Danah M. boyd and Nicole B.Ellison ,Social network sites: Definition,history,and scholarship

<sup>2</sup>[www.3rbco.com/vb/t1389.html](http://www.3rbco.com/vb/t1389.html)

Intelligent positioning blog ,which site do people spend most time on , 12-3-200 -<sup>3</sup>

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## الفصل الثاني

### الاعلان الالكتروني والشبكات الاجتماعية

:  
:  
:

# المبحث الأول

:

:

:

•

( ) .

•

( ) .

•

( ) .

Banner

•

Ad

( ) .

- -	www.almadaa.net	1
www.ar-ad.com	www.ajeal.net	2
- -		3
www.ijschool.net		4



. 9

( )

:

. 1

. 2

. 3

. 4

:

. 1

:

. 2

:

. 3

: DHTML

/

. 4

Harve de Grace, Web Ad. vantage, Copyright 1998-2011, Webadvantage.net -

www.ajeal.net



: .5

:( ) .6

: .7

: .8

( ) .9

.Harve de Grace, Web Ad. vantage, Copyright 1998-2011, Webadvantage.net ( )<sup>1</sup>

Advantage.net -

www.ajeal.net ( )

1 .

. 1

. 2

. 3

( )

4 .

. 4

. 5

. 6

- 
- 1 - ايريك كليمونز استاذ ادارة العمليات في كلية وارتون في جامعة بنسلفانيا ،شركة Tsch cranch ، نشر ٢٢-٣-٢٠٠٩
  - 2 - المرجع السابق نفسه .
  - 3 - بوابة اجيال الالكترونية [www.ajeal.net](http://www.ajeal.net) بالتعاون مع العربية للاعلان والتسويق الالكتروني [www.ar-ad.com](http://www.ar-ad.com)
  - 4 - ايريك كليمونز استاذ ادارة العمليات في كلية وارتون في جامعة بنسلفانيا ،شركة Tsch cranch ، نشر ٢٢-٣-٢٠٠٩
  - 5 - المرجع السابق نفسه .
  - 6 - بوابة اجيال الالكترونية [www.ajeal.net](http://www.ajeal.net) بالتعاون مع العربية للاعلان والتسويق الالكتروني [www.ar-ad.com](http://www.ar-ad.com)
  - 7 - ايريك بيكار ، شركة Imedia Connection ، نشر ٤٢-٦-٢٠٠٩

:

:

•

•

•

•

:

:

.

.

.

.

.

.

:

.

.

.

( )

:

.

.

.

---

<sup>1</sup> رند الاسطل، واقع استخدام التسويق الالكتروني لدى البنوك العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير (غزة: الجامعة الاسلامية، كلية التجارة، ٢٠٠٩). ص ٢١

( )

:

( ) ( ) ( )

<sup>1</sup> رند الاسطل، مرجع سابق، ص ٢٩  
<sup>2</sup> - رند الاسطل، مرجع سابق ص ٣١.

· : .

·

· : .

· : .

· : .

·

· : .

·

· : .

·

· : .

( ) .

·

·

·

·

·

·

·

( ) .

·

---

<sup>1</sup> - رند الأسطل، مرجع سابق ص ۳۳

## المبحث الثاني

:

:

" "

( )

---

( : )

( - )  
( )

:

:

•

2

•

•

3

•

---

<sup>1</sup>- سيمس، روب وآخرون التجارة الالكترونية، ط1 (القاهرة: دار الفاروق، ٢٠٠١) ص٧٥.  
<sup>2</sup> وسام صبيح، أبو رمضان، قويدر، التجارة الالكترونية، بحث تخرج (غزة: الجامعة الاسلامية) ٢٠٠٣ ص٥، ٦.  
<sup>3</sup> وسام صبيح، أبو رمضان، قويدر، التجارة الالكترونية، بحث تخرج (غزة: الجامعة الاسلامية) ٢٠٠٣ ص٧، ٨.  
<sup>4</sup> الاسطل رند، مرجع سابق ص ١٥  
5 رند الاسطل، مرجع سابق، ص١٦



;

:

:

:

•

.

:

•

.

:

.

- 1- محمد هـللو، مشتهي، عبد الغنى، انشاء موقع تجاري الكتروني، بحث تخرج (غزة: الجامعة الاسلامية، ٢٠٠١) ص٢٥.
- 2- محمد هـللو، مرجع سابق، ص٢٥.
- 3- وسام صبيح، مرجع سابق ص١٢.
- 4- محمود الحاج، مرجع سابق.

.١

.٢

.٣

.٤

.٥

.٦

.٧

.٨

:

:

.١

.٢

.٣

.٤

.٥

---

<sup>1</sup>- وسام صبيح مرجع سابق ص ١٦، ١٥

)Amazon

:

:

"mIRC"

Classmates.com

---

<sup>1</sup>- وسام صبيح، مرجع سابق، ص ١٦.

" , "

- - www.aljazeera.net

<sup>1</sup>- "نيو ميديا.. شبكات اجتماعية على الإنترنت"

(NielsenOnline)

%

:

-:

•

1

•

•

•

•

)

( ...

١

٢

٣

٤

Randall stross Planet Google

[www.internetbasedbusinessarticles.com](http://www.internetbasedbusinessarticles.com)

٤- واشنطن، العاصمة: مطبعة NASW، (Ed.). (1999). The social work dictionary (4th Ed.). Washington, DC: NASW Press

باركر، روبرت لام (ed.). (١٩٩٩). العمل الاجتماعي القاموس (إد ٤).

(١) :

(٢) :

MicroBlogging

(٣) :

Nearbie

Tributes

<sup>-1</sup> بويدالدانةمونيكول باءاليسون، مواقع الشبكة الاجتماعية:تعريف، والتاريخ

<sup>2</sup> Randall stross Planet Google

IMedix

: (⚡)

: (⦿)

LinkedIn

:

Facebook

my space tagged .com

%

NASW : .( ) .( ) .(ed) .<sup>1</sup>



Facebook

:

:

.۱

:

.۲

:

.۳

. LinkedIn

:

.۴

. Imedix

:

.۵

: Facebook



NASW

:

.( )

.( ) .(ed)

.

-<sup>1</sup>

" "

API -

: Myspace •

: Orkut •

: LinkedIn •

: Deviantart •

: Artician •

: Twitter •

) " "

(

---

Intelligent positioning blog ,which site do people spend most time on , 12-3-2009<sup>1</sup> - ذكي لوقت تحديد المواقع ، والموقع الذي

يفعل الناس يقضون معظم الوقت ، / /

# .Twitterrific

-

-

-

-

( ) ( )

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

١.

٢.

1 / / / ذكييلوقتحدد المواقع ، والموقع الذي يفعل الناسيقضون معظمالوقت ،

2 Harve de Grace, Web Ad. Advantage.net -

vantage, Copyright 1998-2011, Webadvantage.net

٣. ( )
٤. " "
٥. " " " "
٦. "so3ad" "war"7" " "

<sup>1</sup>- نبيل الحويحي ، مقابلة غير مقننة، عميد كلية تكنولوجيا المعلومات في الجامعة الاسلامية، ٤-٥-٢٠١١ ، السبت، في تمام الساعة الواحدة ظهراً .

## المبحث الثالث

%

%

---

<sup>1</sup> - جليبرت، جببين، ساره، مقال الاعلان من خلال الشبكات الاجتماعية لجامعة هارفرد، كلية ادارة الاعمال

facebook, linkedin,youtube

( )

- 
- <sup>1</sup>- سيفري،دايف،مقال نهاية الاعلان التقليدي وبدء ختبة الاعلان الشعبي لشركة فلايشمن هيلارد.  
<sup>2</sup>- المسلة ، مقال حملات تسويقية يديرها المستهلك ،صحيفة الكترونية سياحية ،٢٠٠٨ [www.almasalla.travel](http://www.almasalla.travel).  
<sup>3</sup>- الصحفي عادل كطواف السراي،مقال الاعلان الالكتروني،موقع مدرسة الصافة المستقلة الالكتروني [www.ijschool.net](http://www.ijschool.net).

( )

( )

( )

. ١

. ٢

. ٣

. ٤

. ٥

. ١

. ٢

. ٣

. ٤

[www.ijschool.net](http://www.ijschool.net)

<sup>1</sup> - نبيل الحويحي، مقابلة غير مقننة، عميد كلية تكنولوجيا المعلومات في الجامعة الإسلامية، ٤-٥-٢٠١١، السبت، في تمام الساعة الواحدة ظهراً.



( )

---

<sup>1</sup>-ابراهيم،الجبور 'مزايا الاعلان عبر الفيس بوك،مدونة صدف، ٢٠٠٩

## الفصل الثالث

:

:

## المبحث الأول

( )

,		
,		
,		

% , ( )

% ,

( )

,		
,		
,		
,		
,		
,		

% , ( )  
 % , " "  
 % , " "  
 % , " "  
 % , " "  
 " "

( )

,		
,		
,		
,		

% , ( )  
 % ,  
 % ,

( )

,		
,		
,		

% , ( )

% ,

( )

,		
,		
,		
,		

% , ( )

% ,

% ,

( )

,	44	
,	20	
,	24	
,	25	
,	9	
1.00	122	

% , ( )

% , " "

% , " "

% , " "

"

% , "

" "

( )

,		
,		
,		
,		

% , ( )

% ,

% ,

( )

,	,	,		
,	,	,		
,	,	,		
,	,	,		SMS
,	,	,		
,	,	,		

% , ( )

% , " "

" " % , " "

" " % ,

% , " SMS " % ,



“ ”

( )

,		
,		
,		
,		
,		
,		
,		

% , ( )

% , “ ”

% , “ ”

% , “ ”

“ ”



( )

,		
,		
,		
,		
,		

% , ( )

% ,

% ,

( )

,		
,		
,		
,		
,		
,		
,		
,		

% , ( )

% , " "

% , " "

% , " "

% , " "

" "

( )

,	16	youtube
,	1	LinkedIn
,	16	Twitter
,	47	Facebook
1.00	80	

% , ( )

% , " youtube "

" LinkedIn"

% ,

% , " Twitter"

. " Facebook "

( )

,		
,		
,		
,		
,		
,		
,		

% , ( )

% , " "

"

% , "

% , " "

" "

% ,

" "

( )

,	13	
,	13	
,	12	
,	13	.( )
,	18	
,	26	
1.00	95	

% , ( )

% , "

"

"

% , "

"

"

% ,

% , ".( ) "

% , ""

"

."

( )

,	16	
,	13	
,	20	
,	30	
,	4	
1.00	83	

% , ( )

"

% , "

% , "

"

"

% , "

"

% , "

"

"

( )

,	16	
,	29	
,	17	
,	27	
,	30	
,	4	
1.00	123	

% , ( )

"

% , "

"

% , "

"

"

% ,

% , "

"

% , "

"

.

"



( )

,	39	
,	32	
,	28	
,	6	
1.00	105	

% , ( )

% , "

"

"

"

"

% ,

% , "

"

"

( )

,	46	
,	50	
,	52	
,	4	
1.00	152	

% , ( )

% , "

"

"

% , "

"

% , "

"

"

.(like)

( )

'		
'		
'		
'		

% , ( )

% ,

% ,

## المبحث الثاني

:

-

% ،

% ،

% ،

.

.

.

-

% ،

% ،

.

.

.

-

% ،

% ،

.

.

.

-

% ،

% ،

.

.

.

-

% ،

% ،

.

.

.

% , -

% , "

% , "

"

% , "

% , "

"

.( )

" % , -

" % , "

" " % , "

" " % ,

% , " SMS " % ,

" "

% , -

% , " "

" % , " "

" % , "

" % , "

" % , "

" % , "

" % , "

" % , "

" % , "

" % , "

" % , "

" % , "

" % , "

" % , "

" % , " youtube "

" % , " LinkedIn

" % , " Twitter"

" % , " Facebook

% , -

% , "

" " % ,

" % , "

% , " "

" "

% , -

" % , "

" % , "

" % , "

" % , "

"

% , "

. " "

% , -

% , " "

" "

% ,

% , " "

. " "

% , -

% ,

% ,

% , " "

% , " "

"

% , "



".( ) "

% ,

% , "

" "

.

:

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

## الملاحق

: ( )



"

"

:

:

:

:

:

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

## السمات العامة

١. النوع  ذكر.  أنثى.
٢. العمر  ٢٠ - أقل من ٣٠.  ٣٠ - أقل من ٤٠.  ٤٠ - أقل من ٥٠.  ٥٠ فما فوق.
٣. الحالة الاجتماعية  أعزب  متزوج  مطلق  أرمل
٤. المنطقة  غزة  الوسطى  الشمال  الجنوب
٥. المؤهل العلمي  ثانوية  دبلوم متوسط  بكالوريوس  دراسات عليا
٦. التخصص العلمي  إدارة أعمال  صحافة وإعلام  علاقات عامة  لغة انجليزية  هندسة
٧. مكان العمل  أخرى :  مؤسسة خدمتية  مؤسسة انتاجية
٨. طبيعة العمل  مدير  رئيس قسم  موظف  أخرى : -----

## التساؤلات

٩. هل يوجد لك حساب على الانترنت ؟  نعم  لا
١٠. كم عدد الساعات التي تقضيها في استخدام الانترنت ؟  ساعة واحدة  ساعتان  ٣ ساعات  ٤ ساعات  أكثر من ذلك
١١. هل ترى أن الإعلان عبر الانترنت يسد حاجة الشركة في الإعلان ؟  نعم  لا  إلى حد ما.
١٢. هل يوجد لك حساب على أحد مواقع الشبكات الاجتماعية ؟  نعم  لا
١٣. هل ترى أن مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن استخدامها في الإعلان عن منتجات أو خدمات مؤسستكم ؟  نعم  لا  إلى حد ما.
١٤. ما أهم المواقع التي يمكن استخدامها في ذلك ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)  عن طريق الفيسبوك.  عن طريق تويتر.  عن طريق اليوتيوب.  عن طريق المواقع الالكترونية.  أخرى : -----
١٥. هل ترى أن مواقع الشبكات الاجتماعية لها دور هام في التأثير على الجمهور في الإعلان ؟  نعم  لا  إلى حد ما.
١٦. هل ترى إن مواقع الشبكات الاجتماعية أثرت على الوسائل الإعلانية التقليدية الآتية :  صحف مطبوعة  :  نعم  لا  إلى حد ما.

- تلفزيون  نعم  لا  إلى حد ما.
- راديو  نعم  لا  إلى حد ما.
- لوحات إعلانية  نعم  لا  إلى حد ما.
- رسائل قصيرة SMS  نعم  لا  إلى حد ما.
- ملصقات ولافتات  نعم  لا  إلى حد ما.
- مجلات  نعم  لا  إلى حد ما.
١٧. ما رأيك في أداء مواقع الشبكات الاجتماعية من حيث نشرها للإعلان؟  
 ممتاز.  جيد جدا.  متوسط.  مقبول.  ضعيف.
١٨. هل ساعدت التجارة الالكترونية في إعلاناتك؟  
 نعم  لا  إلى حد ما.
١٩. ما مدى ثقة الجمهور في الإعلانات التي تقدمها الشركة عبر مواقع الشبكات الاجتماعية؟  
 ممتاز.  جيد جدا.  متوسط.  مقبول.  ضعيف.
٢٠. ما أكثر المواقع الاجتماعية التي تستخدمها الشركة الخاصة بك للإعلان؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)  
 Twitter  Face Book  YouTube  LinkedIn  أخرى:-----  
 تويتر فيس بوك يوتيوب لينكد إن
٢١. ما شكل الإعلان التي تستخدمه مع الجماهير في مواقع الشبكات الاجتماعية؟  
 إعلان نصي  إعلان منبثق  إعلان فيديو  إعلان Email  أخرى :-----
٢٢. ما ابرز جوانب القصور في إعلان مواقع الشبكات الاجتماعية من وجهة نظرك؟ ( يمكنك اختيار أكثر من إجابة)  
 ضعف مصداقيتها و موضوعيتها .  
 بطئها في تحديث الإعلانات .  
 عدم استخدامها لوسائط متعددة كالفيديو والصور.  
 قلة جاذبيتها (الشكل الفني) .  
 إزعاجها للمستخدمين .  
 أخرى حدد :-----
٢٣. ما ابرز المعوقات التي تواجهك عند الرغبة في الاستفادة من الإعلان المنشور على مواقع الشبكات الاجتماعية؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)  
 عدم تحديث موادها الإعلانية باستمرار .  
 عدم استخدام وسائط متعددة كالفيديو والصور .  
 قلة ترتيب وتنسيق المواد الإعلانية المقدمة في مواقع الشبكات الاجتماعية.  
 كثرة الإعلانات .  
 أخرى حدد :-----
٢٤. ما أهم مزايا الخدمات الإعلانية التي تقدمها لك مواقع الشبكات الاجتماعية؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)  
 وصول المستهلك إلى أدق التفاصيل المعروضة في الإعلان عن المنتج .  
 قياس درجة إقبال الجمهور على الخدمات التي تقدمها الشركة .  
 المرونة في تعديل أو تغيير الإعلان بسهولة .  
 إمكانية تعرض للإعلان في أي وقت يناسب المستهلك.  
 السرعة في الوصول إلى الجمهور .  
 أخرى حدد :-----
٢٥. ما دوافعك للإعلان عبر مواقع الشبكات الاجتماعية؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة).  
 البحث عن مستهلكين جدد .  
 تحسين الصورة الذهنية للشركة .  
 وجود علامات تجارية منافسة .  
 أخرى حدد :-----
٢٦. ما وسائل تقييم فعالية إعلانك عبر مواقع الشبكات الاجتماعية؟ ( مع إعطاء رقم ١ للأهم).

- من خلال استطلاعات رأي الشركة للمستهلكين .  
 من خلال ملاحظة الزيادة المستمرة في عدد المتطلعين على إعلانات الشركة في المواقع من خلال العداد الالكتروني .  
 من خلال تلقي شكاوي أو اقتراحات المستهلكين عبر مواقع الشبكات .

أخرى حدد : -----

٢٧. هل تجد أن الإعلان عبر مواقع الشبكات الاجتماعية يحقق نتائج أكثر من الإعلان عبر الوسائل التقليدية ؟  
 نعم  لا  إلى حد ما.

إذا كانت الإجابة بـ ( نعم ) اذكر السبب : -----

٢٨. ما هي نظرتك المستقبلية لتطوير أداء الإعلانات على مواقع الشبكات الاجتماعية في فلسطين ؟

-----  
-----



:( )

:

. 1  
. 2  
. 3  
. 4  
. 5  
. 6  
. 7  
. 8  
. 9

## المصادر والمراجع

:

:

-

.( : ) (1)

.( : ) (2)

.( : ) (3)

.( : ) (4)

.( : ) (5)

.( : ) (6)

.( : )

:

-

Randall stross Planet Google (1)

:

:

.( : ) (1)

.( : ) (2)

.( : ) (3)

.( : )

	(٤)
.( )	
	:
- - -	(١)
- - -	(٢)
	(٣)
www.ijschool.net	
" .. "	(٤)
- - www.aljazeera.net	
	(٥)
. www.almasalla.travel	
,	(٦)
:	
	(١)
- - Tsch cranch	
- - Imedia Connection	(٢)
	(٣)
- - ( )	(٤)
	(٥)
fourm.illafrain.co.uk	
- - www.planetsrk.com	(٦)

Harve de Grace, Web Ad. vantage, Copyright 1998- (Y  
-2011, Webadvantage.net  
.Webadvantage.net -

Danah M. boyd and Nicole B. Ellison , Social network sites: (^  
-Definition, history.  
jcmc.indian.edu .

Barker, Robert L. (Ed.). (1999). The social work dictionary (9  
-(4th Ed.). Washington, DC: NASW Press  
amazon.com .

: :

..  
2011-5-14

: :

www.ajeal.net (1)

www.ar-ad.com