

أستمارة الإستبيان



الجامعة التقنية/ أربيل
كلية التقنية الإدارية
قسم تقنيات الإعلام

سادة الكرام .. تحية طيبة ..

هذه الإستمارة جزء من متطلبات نيل درجة ماجستير في الجامعة التقنية - اربيل في مجال الإعلام، وعنوان رسالتي الموسومة ب: (تأثير الإعلان في مواقع التواصل الإجتماعي على إتجاهات أساتذة الجامعات نحو العلامة التجارية). لتحقيق هذه الغاية تم إعداد هذه الإستبانة للتعرف على آرائكم حول استخدام الإعلان في مواقع التواصل الإجتماعي كوسيلة أعلانية و لبيان تأثيرها على إتجاهات أساتذة الجامعات في إقليم كردستان. علما بأن آرائكم سوف تعامل بكل سرية و ستستخدم لأغراض أكاديمية و بحثية فقط.
يرجى ملء الإستمارة نظرا لأهمية ما تيدونه من اجابات. مع الشكر والتقدير.

الطالبة

شيلان طلعت سعيد

المشرف

أ.م.د. عبدالخالق إبراهيم مصطفى

المحور الأول: المعلومات الشخصية

1. الجنس : a. ذكر b. أنثى

2. الفئة العمرية:

a. أقل من 30 سنة b. من 31 الى 40 سنة c. من 41 الى 50 سنة
d. من 51 الى 60 e. من 61 فما فوق

3. الدخل الشهري للأسرة:

a. أقل من مليون دينار b. من 1500000 الى 2000000 c. 2000000 دينار و أكثر

4. التحصيل الدراسي:

a. b. c. d. e. f. g. h. i. j. k. l. m. n. o. p. q. r. s. t. u. v. w. x. y. z. .c

دكتوراه

5. الحالة الإجتماعية :

a. أعزب b. متزوج c. مطلق d. ارمل

المحور الثاني: كثافة التعرض لإعلانات مواقع التواصل الإجتماعي

6- هل تتابع اعلانات مواقع التواصل الإجتماعي؟

a. نعم b. لا

--

7- أي من المواقع التواصل الإجتماعية الآتية، تفضل متابعته لمعرفة الإعلانات من خلالها؟ (يمكن اختيار أكثر من وسيلة)

a. الفيس بوك b. الأنستغرام c. d. البريد الإلكتروني
e. لينكد إن f. تويتر g. h. i. j. k. l. m. n. o. p. q. r. s. t. u. v. w. x. y. z.

8- ما مدى تعرضك لإعلانات شركات الاتصالات التي تظهر على مواقع التواصل الإجتماعي؟

a. دائما b. أحيانا c. أبدا

9- ما دوافع تعرضك لإعلانات شركات الاتصالات على مواقع التواصل الإجتماعي ؟ (يمكنك اختيار أكثر من بديل):

Commented [ss1]: 2000000الى1000000 من

Commented [ss2]: ماجستير و دكتوراه فقط

Commented [ss3]: اذا كان جوابك نعم يمكنك الانتقال الي السؤال التالي

Commented [ss4]: ليس موقع اجتماعي بل خدمة انترنت

Commented [ss5]: تيليجرام.....سناب و اخري تذكر

Commented [ss6]: كثير جدا...كثير...متوسط...قليل...قليل جدا

Commented [ss7]: يمكنك تحديد أكثر من اختيار

Commented [ss8]: لمعرفة الاسعار و الجودة

| الرقم | العبارات | نعم | لا |
|-------|---|-----|----|
| 1. | | | |
| 2. | للتسلية والترفيه | | |
| 3. | وجود الوقت الكافي لدي لمشاهدة الاعلانات | | |
| 4. | لأنه ينقلني إلى أجواء واقعية ومعرفة المزيد عن الخدمات | | |
| 5. | اعتد على متابعة إعلانات شركا الاتصالات في تلك المواقع بشكل كاف | | |
| 6. | أثق بعملية الشراء عبر الإنترنت | | |
| 7. | وجدت شيئاً كنت مهتماً به أثناء مشاهدة إعلان شركات الاتصالات على مواقع التواصل الاجتماعي | | |
| 8. | تقدم بعض الاعلانات في مواقع التواصل الاجتماعي الخدمات التي أحتاجها | | |
| 9. | السرعة في الحصول على الخدمات | | |
| 10. | لسهولة المفاضلة لدي بين الخدمات | | |
| 11. | لمعرفة المعلومات الكافية عن الخدمات التي أحتاجها | | |
| 12. | للتعرف على ردود الأشخاص الذين اشتروا الخدمات من قبل | | |
| 13. | يركز على الشكل لجذب انتباه المستخدمين | | |
| 14. | يقرب المسافة بين تلك الشركة والمستهلكين | | |

10- في حالة وجود علامات تجارية عديدة لخدمة واحدة هل تقوم باختيار المنتج بناء على؟

| الرقم | العبارات | نعم | لا |
|-------|--|-----|----|
| 1. | اختيار بين أفضل المنتجات بغض النظر عن العلامة التجارية | | |
| 2. | الوفاء لعلامة تجارية معينة | | |
| 3. | الاختيار بين أشهر العلامات التجارية | | |
| 4. | اختيار علامة تجارية جديدة بدافع التغيير | | |
| 5. | | | |

Commented [ss9]: اختيار علامة تجارية جديدة بدافع وجود خلفية معرفية عن منتجاتها

11- ما أسباب اختيارك للخدمة التي تحمل العلامة التجارية المفضلة لديك لشركات الإتصالات؟

| الرقم | العبارات | نعم | لا |
|-------|--|-----|----|
| 5. | كونها تشير الى ان السمعة او الخدمة ذات نوعية مميزة | | |
| 6. | كونها تصدر من منشأها الأصلي | | |
| 7. | سرعة الحصول على الخدمة التي احتاجها مقارنة بخدمات اخرى | | |
| 8. | تخلق حالة من الإطمئنان بجودة وسلامة الخدمة المطلوبة | | |
| 9. | | | |

Commented [ss10]: بسبب وجود شهرة متميزة بين الزبائن

12- اذا كنت ترى ضرورة وجود علامة او اسم لكل خدمة، ما السبب في ذلك؟

| الرقم | العبارات | نعم | لا |
|-------|--|-----|----|
| 9. | بسبب تعدد مصادر الإنتاج وحالة المنافسة الشديدة القائمة بالسوق | | |
| 10. | بسبب صعوبة التمييز بين المنتجات بعضها عن الأخر في حالة عدم توفر علامة تجارية | | |
| 11. | لكونها اداة للتنبيه والتوجيه والتعريف بالخدمة | | |
| 12. | وسيلة لاختصار الوقت والجهد في المفاضلة ما بين البدائل | | |
| | | | |

Commented [ss11]: لمعرفة الشركة عن طريق العلامة التجارية

13- برأيك على ماذا يعتمد المستهلك في اختيار خدمة شركات الإتصالات؟

| الرقم | العبارات | نعم | لا |
|-------|---|-----|----|
| 13. | العلامة التجارية | | |
| 14. | الإعلانات التي تركز على الخدمة | | |
| 15. | توصيات أفراد العائلة بجودة الخدمة | | |
| 16. | آراء المستهلكين المنشورة على الإنترنت و مواقع التواصل الإجتماعي | | |
| | | | |

Commented [ss12]: تصميم و كيفية عرض الاعلانات

14- كيف تقيمون إعلانات شركات الإتصالات عبر المواقع التواصل الاجتماعي في كل بعد من الأبعاد التالية؟

| الأبعاد | العبارات | نعم | لا |
|---------|---|-----|----|
| 1 | الإعلان ممتع و مسل | | |
| | الإعلان يحتوي على الكثير من المفاجآت والإثارة | | |

| | |
|-----------|--|
| الإمتاع | الإعلان مسل أكثر من مصادر الإعلانات الأخرى مثل التلفاز مثلا في بعض الأحيان أشعر بالمتعة عندما أفكر فيما رأيت أو سمعت في الإعلان الإعلان زدوني بما احتاج من معلومات |
| المعلومات | الإعلان ساعدني في معرفة خدمات الاتصالات التي تقدمها شركات الاتصالات الإعلان وفر لي ما احتاج من البيانات لاتخاذ قرار الشراء الإعلان ساعدني في معرفة أي منتج سيعكس شخصيتي أشعر أن اعلان شركات الاتصالات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر فائدة من الوسائل الأخرى |
| الإثارة | الإعلان جعلني على علم بأحدث المعلومات عن الخدمات التي تقدمها تلك الشركات أشعر أن اعلان شركات الاتصالات عبر مواقع التواصل الاجتماعي غير مزعج بعض مواد الإعلان أحيانا ليس لها معنى الإعلان غالبا مزعج |
| المصادقية | -- أثق في اعلان شركات الاتصالات عبر مواقع التواصل الاجتماعي مضمون الإعلان ذو مصداقية عالية عندما أرى في شراء الجديد، أشاهد الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات |
| | -- أستخدم الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي كمرجع للشراء |

Commented [ss13]: المنتج اللتي تمثل شخصيتي

Commented [ss14]: الاعلان مثير و ممتع

Commented [ss15]: الاعلام تعكس ما موجود في الواقع

Commented [ss16]: تحذف

المحور الثالث: تأثير الإعلانات على اتجاهات المستهلك نحو العلامة التجارية

15- فيما يلي عدد من العوامل التي تؤثر على درجة انتباهك لإعلانات شركات الاتصالات في مواقع التواصل الاجتماعي، ما درجة تأثيرها عليك؟

| الرقم | العبارات | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|-------|---|------------|-------|-------|-----------|----------------|
| 1. | استخدام رسوم متحركة في الإعلان | | | | | |
| 2. | استخدام الصور الفوتوغرافية المصاحبة للإعلان | | | | | |
| 3. | موقع الإعلان | | | | | |
| 4. | صياغة الإعلان | | | | | |
| 5. | تكرار الإعلان أكثر من مرة | | | | | |
| 6. | إعلانات الفيديو | | | | | |
| 7. | الشعارات الجذابة للإعلان | | | | | |
| 8. | الإعلانات النصية | | | | | |
| 9. | تصميم الإعلان | | | | | |
| 10. | الإعلانات المصورة الثابتة | | | | | |
| 11. | | | | | | |

Commented [ss17]: الاعلان عن طريق النجوم

16- فيما يلي عدد من العوامل التي تؤثر على درجة اهتمامك بمتابعة إعلانات شركات الاتصالات في مواقع التواصل الاجتماعي، ما درجة تأثيرها عليك؟

| الرقم | العبارات | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|-------|--|------------|-------|-------|-----------|----------------|
| 11. | الإبداع في فكرة الإعلان | | | | | |
| 12. | الصور والرسوم المستخدمة في الإعلان | | | | | |
| 13. | الألوان المستخدمة في الاعلان | | | | | |
| 14. | استخدام المؤثرات الصوتية في الاعلان | | | | | |
| 15. | استخدام المؤثرات الحركية في الإعلان | | | | | |
| 16. | استخدام نصوص مختصرة لعدد من الإعلانات تتبدل باستمرار | | | | | |
| 17. | الخروج عن المألوف في إخراج الإعلان | | | | | |
| 18. | استخدام عبارات بسيطة وواضحة في الإعلان | | | | | |
| 19. | التميز في استخدام العرض والإبهار | | | | | |
| 20. | أظهار المنتج نفسه بشكل واضح وجذاب | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | 21. سهولة التعبير عن المنتجات بشكل يتناسب مع مختلف الأعمار ومستويات الذكاء |
| | | | | | 22. اللغة المستخدمة في الإعلان |
| | | | | | 23. الاعلان الحواري القصير بين اثنين أو أكثر |
| | | | | | 24. الاعلان الذي يقدم بشكل مباشر |
| | | | | | 25. استخدام الألوان بطريقة مثيرة في الإعلان |
| | | | | | 26. الإعلان الذي يعرض في صورة قصة |
| | | | | | 27. استخدام شخصيات مشهورة في الإعلان |
| | | | | | 28. الاعلان على شكل أغنية أو موال |

17- فيما يلي عدد من العوامل التي تؤثر على إثارة الرغبة لديك للقيام بشراء الخدمات التي تعن عنها شركات الإتصالات في مواقع التواصل الإجتماعي ، ما درجة تأثيرها عليك ؟

| الرقم | العبارات | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|-------|---|------------|-------|-------|-----------|----------------|
| 29. | معرفة العروض والتزويلات على الخدمات | | | | | |
| 30. | معرفة كيفية استخدام الخدمات المعن عنها | | | | | |
| 31. | معرفة معلومات عن الخدمات | | | | | |
| 32. | معرفة الخدمات الجديدة | | | | | |
| 33. | المقارنة بين السلع والخدمات واختيار الأفضل منها | | | | | |
| 34. | تعرض بطرق مبتكرة | | | | | |
| 35. | نصح الخبراء في الإعلان لشراء أو الاستفادة من الخدمة | | | | | |
| 36. | تمكنني من التواصل بالشركات | | | | | |
| 37. | حاجتي للاستفادة من الخدمة | | | | | |
| 38. | التسهيلات في سبل الحصول على الخدمة | | | | | |
| 39. | تمكنني من طلب الخدمة من المعن مباشرة | | | | | |
| 40. | المزايا التي يعرضها الإعلان عن الخدمة | | | | | |
| 41. | ثققتي في الخدمات المعن عنها والتي جربتها قبل ذلك | | | | | |
| 42. | تسهل لي عملية التسوق | | | | | |
| 43. | تساعدني على اتخاذ قرار الشراء | | | | | |
| 44. | توافق أسعار الخدمات المعن عنها وإمكانياتي المادية | | | | | |

18- ما هو موقفك تجاه إعلانات العلامة التجارية المفضلة لديك لشركات الإتصالات عبر المواقع التواصل الاجتماعي لخدماتها؟

| الرقم | العبارات | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|-------|---|------------|-------|-------|-----------|----------------|
| | العلامة التجارية المفضلة لدي تليبي توقعاتي | | | | | |
| | اشعر بثقة تجاه العلامة التجارية المفضلة لدي | | | | | |
| | العلامة التجارية المفضلة لدي لن تخيب ظني | | | | | |
| | العلامة التجارية المفضلة لدي صادقة ومخلصة في معالجة مخاوفي | | | | | |
| | عتمد على العلامة التجارية بشكل كامل لإجراء خدمات الاتصال | | | | | |
| | العلامة التجارية المفضلة لدي تضمن تحقيق رضا العملاء | | | | | |
| | أشعر بالرضا عند شراء خدمات هذه العلامة التجارية | | | | | |
| | هذه العلامة التجارية تجعلني سعيدا | | | | | |
| | هذه العلامة التجارية تزودني بالمتعة | | | | | |
| | عندما احتاج إلى منتجات وخدمات الاتصالات فإني أنوي استخدام خدمات | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|---------------|--|
| | | | | | منتجات العلامة التجارية المضلة لدي | نية الشراء | |
| | | | | | سوف أستمر في استخدام خدمات العلامة التجارية المضلة لدي | | |
| | | | | | أحتمل شراءك لخدمات العلامة التجارية المضلة لديك عالي | | |
| | | | | | عندما أحتاج إلى خدمات الاتصالات فلن استخدام خدمات علامة تجارية أخرى | | |