فهرست المحتويات

المقدمة 11

الفصل الأول: منهجية البحث وإجراءاته 15

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته 17

ثانياً: أهمية البحث: 19

ثالثاً: أهداف البحث: 20

رابعاً: فرضيات البحث: 22

خامساً: نوع البحث ومنهجه: 23

سادساً: مجتمع البحث وعينته: 23

أسباب اختيار موضوع البحث: 26

سابعاً: حدود البحث: 27

ثامناً: أدوات البحث: 29

تاسعاً: التعريفات الإجرائية لفئات التحليل المضمون: 33

عاشراً: اختبارات الصدق والثبات: 35

أحد عشر: التعريفات الإجرائية لمصطلحات البحث: 40

أثنا عشر: دراسات سابقة: 41

الفصل الثاني: التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي 55

المبحث الأول: مفهوم التسويق الإلكتروني وعناصره 57

أولاً: مفهوم التسويق: 57

ثانياً: مفهوم التسويق الالكتروني: 58

ثالثاً: اهمية التسويق الإلكتروني: 60

رابعاً: أهداف التسويق الإلكتروني: 62
خامساً: أنواع التسويق الإلكتروني: 63
سادساً: عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني: 65
سابعاً: طرق التسويق الإلكتروني: 70
ثامناً: ستراتيجيات التسويق الالكتروني: 73
تاسعاً: عناصر التسويق الإلكتروني: 75
المبحث الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها 78
أولاً: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وتعريفاتها: 78
ثانياً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:..... 80
ثالثًا: فوائد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:..... 84
رابعاً: سمات مواقع التواصل الاجتماعي: 85
خامساً: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي: 89
الفصل الثالث: السمعة الإلكترونية لشركات الدفع الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي 103
المبحث الأول: إستراتيجيات بناء السمعة الإلكترونية وعناصرها 105
أولاً: مفهوم السمعة الإلكترونية وتعريفاتها : 105
ثانياً: أهمية السمعة الإلكترونية: 107
ثالثاً: أهداف السمعة الالكترونية: 108
رابعاً: قواعد بناء السمعة الالكترونية: 110
خامساً: ستراتيجيات بناء السمعة الإلكترونية: 113
سادساً: عناصر السمعة في وسائل التواصل الاجتماعي:-..... 116
سابعاً: إدارة السمعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:..... 118

ثامناً: خطوات بناء السمعة الإلكترونية لشركات الدفع الإلكتروني: 121
المبحث الثاني: تطور نظام الدفع الإلكتروني وأهميته 125
أولاً: ماهية بطاقات الدفع الإلكتروني: 125
ثانياً: تطور نظام الدفع الالكترونى ومفهومه: 125
ثالثاً: أهمية الدفع الإلكتروني: 128
رابعاً: أهداف نظام الدفع الإلكتروني: 129
خامساً : تطبيقات الدفع الإلكتروني ووسائلهُ: 130
سادساً: خصائص الدفع الإلكتروني: 132
سابعاً: الشركة العالمية للبطاقة الذكية Qi: 135
ثامنًا: مهام وأهداف شركة Qi: 137
تاسعًا: القدرة التنافسية للشركة: 138
عاشراً: الخدمات الإلكترونية لشركة Qi للدفع الإلكتروني: 139
أحد عشر: أنواع بطاقات شركة **Qi** للدفع الالكتروني: 142
أثنا عشر: أدوات قياس سمعة الشركة عبر الانترنت: 144
الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة التحليلية ومناقشتها 149
المحور الأول: الفئات الرئيسة الخاصة بالمضمون (ماذا قيل؟). 151
المحور الثاني: الفئات الرئيسية الخاصة بالشكل (كيف قيل ؟): 172
الفصل الخامس: التحليل الإحصائي لبيانات المقياس 189
النتـائج والإستنتاجات والمقترحات 255
قائمة المراجع 267
الملاحــق 291