

” دور التسويق الاجتماعي في تعزيز الصورة الذهنية عن المنظمات غير الربحية“ حالة الكشافة الإسلامية الجزائرية

إعداد الطالبة : زهور حسيني
إشراف الأستاذة : خويلد عفاف
Hacini.zahrat@gmail.com

تسعى المنظمات غير ربحية لتعزيز مكانتها في المجتمع الذي تنشط فيه لنشر رسالتها و توضيح رؤيتها لتحقيق أهدافها و استراتيجياتها قصد التمكن من الحفاظ على ولاء منتسبيها الحاليين و كسب منتسبين جدد و لا يتأتى ذلك إلا بتعزيز مكانتها عن طريق الصورة الذهنية التي تكونها لدى جمهورها الداخلي و الخارجي ، و حتى تتمكن من التحدي و البقاء و النمو عليها ان تدرك مدى الأهمية القصوى في استخدامها للتسويق عموما و كيفية استخدامها للتسويق الاجتماعي خاصة كأحد الطرق و الأليات التي تسهم بشكل فعال و حقيقي للوصول لما تصبو اليه .
و قد جاءت دراستنا هذه كمحاولة لتشخيص جزئي لمعرفة مدى استخدام الكشافة الإسلامية الجزائرية للتسويق الاجتماعي و ادراك مستوى الصورة الذهنية لدى جمهورها .



ما دور التسويق الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية عن المنظمات غير ربحية؟

إشكالية الدراسة

يتفرع تحت هذا الإشكال جملة من الأسئلة الفرعية هي :
 ❖ ماهية التسويق الاجتماعي و أهميته ؟
 ❖ ما مدى تطبيق التسويق الاجتماعي لدى (ك.إ.ج)؟
 ❖ ما مستوى الصورة الذهنية لدى عينة الدراسة عن (ك.إ.ج)؟

أهمية الدراسة

احتياج المنظمات غير ربحية للتسويق عموما و التسويق الاجتماعي خاصة في انشطتها و تحقيق اهدافها و استراتيجياتها

أسباب اختيار الموضوع
 الأسباب الموضوعية : أهمية الموضوع و امكانية البحث فيه و تقديم الاضافات.
 الأسباب الذاتية : المساهمة في دعم أداء المنظمة التي انتمي اليها.

أهمية الصورة الذهنية للمنظمات غير ربحية و تأثيرها على جودة ادائها و ولاء منتسبيها لرفع عضويتها و الاحتفاظ بمنتسبيها

توجيه سلوك الأعضاء و غيرهم بشكل ايجابي نحوها و المساهمة في دعمها و تصحيح الانحرافات ان وجدت من خلال النتائج المتوصل اليها

التسويق الاجتماعي دور مهم في مساعدة (ك.إ.ج) في تحقيق اهدافها و اداة ذات تاثير في تحسين صورتها .
 الصورة الذهنية المكونة لدى عينة الدراسة جد ايجابية عن (ك.إ.ج)

منهج الدراسة و أدوات البحث :
 سنعتمد المنهج الوصفي القائم على التحليل .
 سيتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع المعطيات ترميزها و تفريغها و تحليلها

باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية
 بالاعتماد على برنامج SPSS
 حدود البحث :

المجال الزمني : السداسي الثاني 2017\2018

المجال المكاني : ولاية ورقلة (منطقتي ورقلة- تقرت)

المجال البشري (العينة) : أولياء المنتسبين للكشافة

Marketing managemnet15,p.kotler ,k.keller d.manceau, .

تسويق الخدمات الاجتماعية و تكنولوجيا المعلومات ، ماهر ابو المعاطي علي ، سوريا، 2013

التسويق الاجتماعي، محمد عبيدات ، الاردن.

التسويق المعرفي، سليمان سفيان، الاردن، + "ادارة تسويق المنظمات غير ربحية"

أهداف من الدراسة

تسليط الضوء على أهمية استخدام التسويق الاجتماعي كأداة لتحسين التصور الذهني

الوقوف على واقع جزئي للتصور الذهني عن المنظمة الكشافة الإسلامية الجزائرية

تبيان أهمية المنظمة و دور المنظمة التي انتمي إليها

(ك.إ.ج) = الكشافة الإسلامية الجزائرية

