

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
I	الشكر
II	الإهداء
V-III	فهرس المحتويات
VI	فهرس الجداول
VII	فهرس الأشكال
أ	مقدمة
أ	أولاً: إشكالية الدراسة
أ	ثانياً: فرضيات الدراسة
ب	ثالثاً: أهمية الدراسة
ب	رابعاً: أسباب اختيار الموضوع
ب	خامساً: أهداف الدراسة
ب	سادساً: منهج الدراسة
ب	سابعاً: حدود الدراسة
ب	ثامناً: الدراسات السابقة
ب	تاسعاً: تقسيمات الدراسة
الفصل الأول: الإطار النظري لدور المزيج الترويجي في تحقيق رضا الزبائن.	
04	تمهيد
05	المبحث الأول: ماهية الترويج
05	المطلب الأول: تعريف الترويج
06	المطلب الثاني: أهمية الترويج
07	المبحث الثاني: الإعلان والبيع الشخصي
07	المطلب الأول: الإعلان
07	أولاً: مفهوم الإعلان
07	ثانياً: أهداف الإعلان
08	ثالثاً: أنواع الإعلان
09	رابعاً: وسائل الإعلان

10	المطلب الثاني: البيع الشخصي
10	أولاً: مفهوم البيع الشخصي
10	ثانياً: أهمية وأهداف البيع الشخصي
11	المبحث الثالث: العلاقات العامة وتنشيط المبيعات
11	المطلب الأول: العلاقات العامة
11	أولاً: مفهوم العلاقات العامة
11	ثانياً: أهداف العلاقات العامة
12	المطلب الثاني: تنشيط المبيعات
12	أولاً: تعريف تنشيط المبيعات
12	ثانياً: أهداف تنشيط المبيعات
13	ثالثاً: أشكال تنشيط المبيعات
14	المبحث الرابع: التسويق المباشر
14	المطلب الأول: تعريف التسويق المباشر
15	المطلب الثاني: أهمية التسويق المباشر
16	المبحث الخامس : ماهية رضا الزبون.
16	المطلب الأول: أساسيات حول الرضا
16	أولاً: تعريف الرضا.
17	ثانياً: أنواع الرضا
17	ثالثاً: السلوكيات الناجمة عن حالة الرضا.
18	المطلب الثاني: أهمية رضا الزبون وخصائصه
18	أولاً: أهمية رضا الزبون
18	ثانياً: خصائصه
19	المطلب الثالث: وسائل تعزيز رضا الزبون ونواتجه
19	أولاً: وسائل تعزيز رضا الزبون
20	ثانياً: نواتج رضا الزبون.
21	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: تحليل نتائج الدراسة الميدانية	
23	تمهيد
24	المبحث الأول: التعريف بميدان الدراسة

24	المطلب الأول: تعريف مؤسسة موبيليس
25	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي ومهام وأهداف مؤسسة موبيليس
25	أولا: الهيكل التنظيمي لمؤسسة موبيليس
28	ثانيا: مهام المؤسسة
29	ثالثا: أهداف مؤسسة موبيليس
30	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي وأهداف وكالة موبيليس -المسيلة-
32	المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
32	المطلب الأول: تحديد مجتمع وعينة الدراسة
32	أولا: مجتمع الدراسة
32	ثانيا: عينة الدراسة
32	المطلب الثاني: النموذج والأدوات المستعملة في الدراسة
32	أولا: المنهج المتبع
33	ثانيا: نموذج الدراسة
33	ثالثا: مصادر جمع البيانات
34	رابعا: الأدوات المستعملة في الدراسة
35	المطلب الثالث: عرض نتائج الاستبيان وتحليلها
35	أولا: تحليل خصائص عينة الدراسة
40	ثانيا: تحليل بيانات المتغير المستقل (المزيج الترويجي)
49	ثالثا: تحليل بيانات المتغير التابع (رضا الزبائن)
50	رابعا: التوزيع الطبيعي للبيانات
50	خامسا: اختبار خطية العلاقة
52	المطلب الرابع: اختبار فرضيات الدراسة
52	أولا: اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة
58	ثانيا: اختبار الفرضية الرئيسية
61	خلاصة الفصل الثاني
63	الخاتمة
66	قائمة المراجع
70-66	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
34	الجدول رقم (01): تحديد مجالات مقياس ليكارت الخماسي	01
35	الجدول رقم (02): درجة ثبات العبارات ألفا كرومباخ.	02
35	الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب الجنس	03
36	الجدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب السن	04
37	الجدول رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي	05
38	الجدول رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية	06
39	الجدول رقم (07): توزيع أفراد العينة حسب المهنة	07
41	الجدول رقم (08): نتائج بُعد الاعلان	08
42	الجدول رقم (09): نتائج بُعد البيع الشخصي	09
44	الجدول رقم (10): نتائج بُعد تنشيط المبيعات	10
46	الجدول رقم (11): نتائج بُعد العلاقات العامة	11
47	الجدول رقم (12): نتائج بُعد التسويق المباشر	12
49	الجدول رقم (13): نتائج مُتغير رضا الزبائن	13
51	الجدول رقم (14): نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA	14
52	الجدول رقم (15): نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الأولى	15
53	الجدول رقم (16): نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الثانية	16
55	الجدول رقم (17): نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة	17
56	الجدول رقم (18): نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة	18
57	الجدول رقم (19): نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة	19
59	الجدول رقم (20): نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الرئيسية	20

قائمة الأشكال

الصفحة	رقم الشكل
25	الشكل رقم (01): الهيكل التنظيمي لمؤسسة موبيليس
26	شكل رقم (02): قسم التجارة والتسويق
30	الشكل رقم (03): الهيكل التنظيمي لوكالة موبيليس المسيلة
33	الشكل رقم (04): نموذج الدراسة
36	الشكل رقم (05): رسم بياني يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس
37	الشكل رقم (06): رسم بياني يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن
38	الشكل رقم (07): رسم بياني يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي
39	الشكل رقم (08): رسم بياني يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية
40	الشكل رقم (09): رسم بياني يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي