**الجمهورية العربية السورية**

**SYRIAN ARAB REPUBLIC**

**Tishreen University**

**Faculty of Economic**

**Dept. of Business Management**

**جامعة تشرين**

**كلية الاقتصاد**

**قسم إدارة الأعمال**

**مخطط بحث مقدم للتسجيل بدرجة الدكتوراه بعنوان:**

**الدور الوسيط للصورة الذهنية في العلاقة بين التسويق التفاعلي وولاء العميل**

**دراسة ميدانية على عملاء شركات التأمين في سورية**

**The Mediating Role Of Mental Image In The Relationship Between Interactive Marketing And Agent Loyalty**

**A Field Study On Agents Of Insurance Companies In Syria**

**إعداد الطالب**

**يامن علي جبيلي**

**إشراف**

المشرف الرئيس المشرف المساعد

1. **د سامر قاسم د. دانيا زين العابدين**

**أستاذ في قسم إدارة الأعمال مدرسة في قسم إدارة الأعمال**

**كلية الاقتصاد كلية الاقتصاد**

**2021**

**ملخص البحث:**

تهدف العديد من المنظمات إلى تحسين العلاقة التسويقية التفاعلية وزيادة حصة العملاء مما يعود إيجاباً على الأداء المالي للمنظمة، وعلى تحسين ولاء العميل لمنتجات المنظمة. فهي تسعى الى إبقاء صورة ذهنية ايجابية عن منتجاتها ومسؤوليتها الاجتماعية والاقتصادية لدى العميل، بما يضمن نظرة العميل اليها على انها مجموعة متكاملة من القيم والبرامج الداعمة للحالة الاقتصادية والاجتماعية في السوق المستهدفة، لتكون ملائمة لاحتياجات وعادات العملاء المختلفة بما يعطي مصداقية لهويتها وسمعتها.

وعليه تهدف هذه الدراسة إلى توضيح دور الصورة الذهنية في العلاقة بين التسويق التفاعلي وولاء العميل في شركات التأمين في سورية، من أجل تسليط الضوء على أبعاد التسويق التفاعلي واستراتيجياته المطبقة في سبيل الحفاظ على العملاء الحاليين. وسوف يشمل مجتمع الدراسة كافة شركات التأمين في الجمهورية العربية السورية، وسوف يقوم الباحث بتطوير استبانة لتحقيق أهداف الدراسة، وسيقوم بتحليل البيانات من خلال مجموعة الاختبارات الإحصائية المناسبة (اختبارات الفروق، الانحدار البسيط والمتعدد، اختبار التحليل العاملي، اختبار المسار) بالإضافة إلى التكرارات الإحصائية اللازمة، وسيعتمد في ذلك على مجموعة من البرامج الإحصائية المناسبة من بينها Spss وAmos.