**أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تطبيق الاستراتيجية التسويقية (حالة دراسية عن المنظمات غير الربحية في الأردن)**

**إعداد**

**شهد لؤي الشلمي**

**إشراف**

**الأستاذ الدكتور محمد ابراهيم عبيدات**

**الملخص**

هدفت هذه الدارسة إلى التعرف على أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تطبيق الاستراتيجية التسويقية في المنظمات غير الربحية العاملة في الأردن. ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث تكون مجتمع الدراسة من المنظمات غير الربحية المتواجدة في الأردن وعينة الدراسة شملت (4) أربعة مؤسسات من مؤسسات القطاع الصحي غير الربحي في الأردن حيث وتمثلت وحدة المعاينة من (56) من مدراء تنفيذيين و رؤساء أقسام ومدراء إداريين وعدد من المسؤولين في قسم تسويق في هذه المنظمات، حيث تم اختيار أفراد الدراسة الذي تكون من (60)عينة في القطاع الصحي للمنظمات غير الربحية في الأردن، وقد أوصت الدراسة على أهمية وضرورة تفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والاستفادة من مميزاته وخصائصه في المنظمات غير الربحية، وأوصت ايضا على اهمية تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في تمويل المشاريع غير الربحية العاملة في المملكة الأردنية الهاشمية وضرورة وضع خطط ودورات تدريبية تعمل على تفعيل وسائل التواصل الاجتماعي والربط بينها وبين الاستراتيجيات التسويقية في المنظمات غير الربحية.

**The Impact of Using Social Media on the Implementation of Marketing Strategy**

**(A case Study on Non-Profit Organizations in Jordan)**

**Prepared By**

**Shahed Loay Al-Shalami**

**Supervised By**

**Prof. Mohammad Ibrahim Obaidat**

**Abstract**

The study aimed to identify the impact of using social media on the implementation of marketing strategy at Non-profit organizations in Jordan to achieve this goal, descriptive an analysis approach has been used, the study population is non-profit organization based in Jordan.

  The study sample consisted of (4) institutions from non-profit health sector institutions in Jordan, where the sampling unit consisted of (56) executive manager’s heads of departments and managers totaling (60).

The study recommended the importance and necessity of activating the use of social media and benefiting from its advantages and characteristics at non-profit organizations.

The study also recommended the importance of activating the role of social media in financing the projects of non-profit projects organizations in the Hashemite Kingdom of Jordan and the need to develop plans and training courses that activate the means of social communication and linking them with marketing strategies at non-profit organizations.