

قائمة محتويات الدراسة

رقم الصفحة	الموضوعات
2	- الآية القرآنية.
3	- الإهداء.
4	- الشكر والتقدير.
5	- قائمة محتويات الدراسة.
9	- قائمة الجداول.
10	- قائمة الأشكال.
11	الفصل الأول : الإطار العام للدراسة
17-12	1/1 المقدمة .
19-17	2/1 الدراسة الإستطلاعية.
20-19	3/1 مشكلة الدراسة.
20	4/1 أهداف الدراسة .
21	5/1 أهمية الدراسة.
22	6/1 حدود الدراسة.
23	7/1 فروض الدراسة.
24-23	8/1 متغيرات الدراسة.
27-25	9/1 أسلوب الدراسة ومجال التطبيق.
51-28	10/1 مصطلحات الدراسة.
37-29	11/1 الدراسات السابقة.
50-37	1/11/1 دراسات سابقة عن تقييم السياسات التسويقية للتأمين. 2/11/1 دراسات سابقة عن الإنترنت والتسويق الإلكتروني.
52	الفصل الثاني : الإطار النظري للخدمات التأمينية
53	1/2 <u>طبيعة تسويق الخدمات التأمينية</u>
54-53	1/1/2 مقدمة.
67-55	2/1/2 الإطار العام للتأمين.
72-68	3/1/2 مفهوم الخدمات التأمينية.
77-72	4/1/2 أهمية تسويق الخدمات التأمينية.
80-77	5/1/2 خصائص الخدمات التأمينية.

تابع قائمة محتويات الدراسة

الصفحة	الموضوعات
81	<u>2/2 تطوير أساليب تسويق التأمين</u>
81	1/2/2 مقدمة.
87-82	2/2/2 المشكلات التي تواجه تسويق التأمين.
105-87	3/2/2 إجراءات لتطوير السياسات التسويقية للتأمين.
111-105	4/2/2 العناصر المميزة للمزيج التسويقي للخدمة.
112	- خلاصة الفصل الثاني
113	<u>الفصل الثالث : الإنترنت وعناصر المزيج التسويقي للتأمين</u>
114	<u>1/3 التسويق الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت</u>
116-114	1/1/3 مقدمة.
119-116	2/1/3 مفهوم وأهمية التسويق الإلكتروني (التسويق بالإنترنت).
122-120	3/1/3 فرص التسويق الإلكتروني.
124-122	4/1/3 تحديات التسويق الإلكتروني.
126-124	5/1/3 عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني.
130-126	6/1/3 الفرق بين التسويق الإلكتروني والتسويق التقليدي.
130	<u>2/3 أثر استخدام الإنترنت على عناصر المزيج التسويقي للتأمين</u>
132-130	1/2/3 مقدمة.
135-132	2/2/3 أثر الإنترنت على تصميم الخدمة التأمينية.
138-135	3/2/3 أثر الإنترنت على تسعير الخدمة التأمينية.
142-138	4/2/3 أثر الإنترنت على ترويج الخدمة التأمينية.
144-142	5/2/3 أثر الإنترنت على توزيع الخدمة التأمينية.
146-145	6/2/3 أثر الإنترنت على المشاركون في إنتاج وتسويق الخدمة التأمينية.
146	7/2/3 أثر الإنترنت على عملية إنتاج وتسويق الخدمة التأمينية.
147	8/2/3 أثر الإنترنت على التسهيلات المادية المصاحبة لإنتاج وتسويق الخدمة التأمينية.
147	<u>3/3 مزايا انتشار التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت في صناعة التأمين</u>
147	1/3/3 مقدمة.
149-148	2/3/3 بالنسبة لشركات التأمين.
150-149	3/3/3 بالنسبة لعملاء التأمين.
150	4/3/3 بالنسبة للمجتمع ككل.

تابع قائمة محتويات الدراسة

رقم الصفحة	الموضوعات
150	4/3 معوقات إنتشار التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت فى صناعة التأمين
151-150	1/4/3 مقدمة.
153-151	2/4/3 المعوقات العامة.
155-153	3/4/3 المعوقات الخاصة.
156	- خلاصة الفصل الثالث
157	الفصل الرابع : الدراسة الميدانية
158	مقدمة .
158	1/4 منهج البحث
160-158	1/1/4 مجتمع وعينة البحث
161-160	2/1/4 تصميم قائمة الاستقصاء
162	3/1/4 الأساليب الإحصائية
162	2/4 اختبار الثبات
164-162	1/2/4 إختبارات الثبات لمقياس الإنترنت
168-164	2/2/4 إختبارات الثبات لمقاييس المزيج التسويقى
168	3/4 آراء مفردات العينة بشأن بعض الجوانب المرتبطة بالعمل وباستخدام الإنترنت
169	1/3/4 آراء مفردات العينة بشأن حصولهم على دورات تدريبية فى مجال التخصص
170-169	2/3/4 آراء مفردات العينة بشأن حصولهم على دورات تدريبية فى مجال تكنولوجيا المعلومات والإنترنت
172-170	3/3/4 آراء مفردات العينة بشأن وجود مشكلات فى إستخدام الإنترنت لتخطيط المزيج التسويقى للخدمة التأمينية
173-172	4/4 الإحصائيات الوصفية
174-173	5/4 تحليل الارتباط

تابع قائمة محتويات الدراسة

رقم الصفحة	الموضوعات
174	6/4 تحليل الانحدار لتأثير استخدام الإنترنت فى عناصر المزيج التسويقي
175-174	1/6/4 تحليل الانحدار لتأثير استخدام الإنترنت فى الخدمات التأمينية
177-175	2/6/4 تحليل الانحدار لتأثير استخدام الإنترنت فى التسعير
178-177	3/6/4 تحليل الانحدار لتأثير استخدام الإنترنت فى الترويج
179-178	4/6/4 تحليل الانحدار لتأثير استخدام الإنترنت فى التوزيع
180-179	7/4 نتائج الدراسة.
185-181	8/4 توصيات الدراسة.
185	9/4 الدراسات المستقبلية.
186	- خلاصة الفصل الرابع
187	- قائمة المراجع :
194-187	أولاً : المراجع العربية.
198-195	ثانياً : المراجع الأجنبية.
199	- ملاحق الدراسة :
201-200	* ملحق رقم (1) الهيكل التنظيمى لقطاع التأمين فى مصر.
202	* ملحق رقم (2) موافقة الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء.
210-203	* ملحق رقم (3) قائمة الاستقصاء.
251-211	* ملحق رقم (4) التحليل الإحصائى.
255-252	ملخص الدراسة باللغة العربية
1-5	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
13	المنشآت التي تزاوّل التأمين وإعادة التأمين.	1/1
27-25	المصطلحات المستخدمة في الدراسة.	2/1
59	مجموعة الأخطار القابلة للتأمين.	1/2
62-61	مجموعة المبادئ الأساسية للتأمين.	2/2
67-64	تقسيمات التأمين المختلفة.	3/2
68	أبرز تعاريف الخدمة.	4/2
80-79	الخصائص التسويقية لخدمة التأمين.	5/2
119	تأثير التسويق بالإنترنت في تحسين العلاقات التسويقية.	1/3
122-120	فرص التسويق الإلكتروني.	2/3
124-122	تحديات التسويق الإلكتروني.	3/3
129	التسويق الإلكتروني والتسويق التقليدي.	4/3
159	أعداد العاملين في شركتي التأمين التابعة للقطاع العام لعامي 2009/2008.	1/4
160	توزيع مفردات العينة طبقاً للمتغيرات الديموجرافية.	2/4
164-163	نتائج اختبارات الثبات لمقياس الإنترنت.	3/4
166-165	نتائج اختبارات الثبات لمقاييس المزيج التسويقي.	4/4
169	آراء وردود مفردات العينة بشأن حصولهم على دورات تدريبية في مجال التخصص.	5/4
170	آراء وردود مفردات العينة بشأن حصولهم على دورات تدريبية في مجال تكنولوجيا المعلومات والإنترنت.	6/4
170	آراء مفردات العينة بشأن وجود مشكلات في استخدام الإنترنت لتخطيط المزيج التسويقي للخدمة التأمينية.	7/4
172	الإحصائيات الوصفية لمتغيرات الدراسة.	8/4
173	مصفوفة الارتباط.	9/4
174	نتائج تحليل الانحدار لتأثير استخدام الإنترنت في تصميم الخدمات التأمينية.	10/4
176	نتائج تحليل الانحدار لتأثير استخدام الإنترنت في التسعير.	11/4
177	نتائج تحليل الانحدار لتأثير استخدام الإنترنت في الترويج.	12/4
178	نتائج تحليل الانحدار لتأثير استخدام الإنترنت في التوزيع.	13/4
180	إختبارات فروض الدراسة	14/4
185-181	توصيات الدراسة.	15/4

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
23	متغيرات فروض الدراسة.	1/1
55	الإطار العام للتأمين.	1/2
60	المبادئ الأساسية للتأمين.	2/2
64	تقسيمات التأمين المختلفة.	3/2
70	عناصر تسويق الخدمات.	4/2
73	علاقة وظيفة التسويق بالوظائف الأخرى للتأمين.	5/2
88	المفهوم البيعى والمفهوم التسويقى.	6/2
89	إجراءات تسويق التأمين طبقاً للمفهوم التسويقى.	7/2
92	المكونات الكلية للخدمة التأمينية.	8/2
101	أهداف التوزيع.	9/2
102	القنوات التوزيعية لخدمات التأمين.	10/2
106	العناصر المميزة للمزيج التسويقى الخدمى.	11/2
125	التحول من التسويق التقليدى إلى التسويق الإلكترونى.	1/3
142	قنوات التوزيع فى مجال التأمين.	2/3
143	تسلسل توزيع الخدمة.	3/3