

معايير استخدام المدونة الالكترونية في تسويق الملابس الجاهزة

أ.د/ ضحى مصطفى الدمرداش

أستاذ بقسم الملابس الجاهزة ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان

dr.doh.demer@gmail.com

أ.د/ خالد محمود عبده الشيخ

أستاذ بقسم الملابس الجاهزة ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان

kh.elsheikh@gmail.com

أ.م.د/ نهال محمد عفيفي

أستاذ مساعد بقسم الملابس الجاهزة ، المعهد العالي للفنون التطبيقية ، التجمع الخامس

nihalafify@yahoo.com

م.م/ دينا فوزي محمد

مدرس مساعد بقسم الملابس الجاهزة ، المعهد العالي للفنون التطبيقية ، التجمع الخامس

dina-fawzy@hotmail.com

ملخص البحث :

يتناول هذا البحث دراسة المدونات الالكترونية في مجال تسويق الملابس الجاهزة حيث أن من المهارات التسويقية التي تحتاجها المنشأة هي الأنشطة الاتصالية حيث أصبح المستهلكون يعتمدون على الانترنت في الحصول على المعلومات و تبادل الآراء من خلال الوسائل الالكترونية و من أشكال التواجد الالكتروني الهامة في الوقت الراهن للعلامات التجارية هي المدونات الالكترونية وخاصة بمجال الموضة ،

لذلك تم البحث في ما هية المدونة الالكترونية ، نشأتها و تطورها ، خصائصها ثم التطرق الى دور المدونة الالكترونية في تسويق الملابس و محددات استخدامها اتصاليا بالعلامات التجارية في مجال الملابس الجاهزة ثم جاء الاطار التحليلي للبحث لوضع مقترح لمعايير استخدام المدونة الالكترونية من خلال النقاط التالية :

— اختيار علامة تجارية عالمية في مجال الملابس الجاهزة (نايك NIKE).

— دراسة تحليلية لصفحة المدونة الالكترونية الخاصة بالعلامة قيد الدراسة .

— تقسيم المدونة لعدة نقاط أساسية .

— تحديد النقاط الفرعية للنقاط السابقة .

الكلمات المفتاحية

المدونة الالكترونية – العلامة التجارية – تسويق الملابس