



LIBYAN INTERNATIONAL UNIVERSTY
FACULTY OF BUSINESS ADMINSTRATION



**THE IMPACT OF COVID-19 PANDEMIC ON SOCIAL MEDIA
MARKETING IN BENGHAZI CITY.**

Department of Marketing

Graduation Project

DONE BY: ANAS ESAM ALJEHANI

SUPERVISED BY: DR. SABRI ELKRGHLI

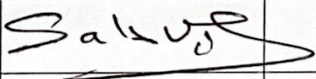

LIMU

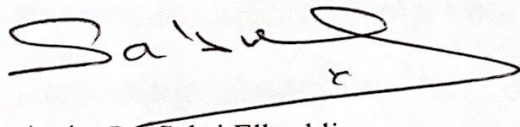
LIBYAN INTERNATIONAL MEDICAL UNIVERSITY

Acceptance and Approval

The graduation project intitled "The Impact of Covid-19 pandemic on Social Media Marketing in Benghazi city." Prepared by Anas Esam Aljehani

11.9.2021

Project	Signature	
	Accepted	Rejected
Dr. Sabri Elkrghli		
Dr. Salwa Alageli		



Assist Dr. Sabri Elkrghli

Dean of Business Administration Faculty of

Libyan International University



Abstract

The pandemic of COVID-19 and the ensuing home stay regulations have disturbed every area of life internationally, especially our connections to the Internet and social media. More than ever, people are online, work and attend school from home, socialize with family and friends through video-conferencing. Marketers and companies are being pushed to adjust their marketing mix to digital techniques and have thus switched to new standards. This study therefore seeks to assess the shift of social media marketing and its impacts throughout this era. By using an online survey for research in Benghazi City, participants answered questions regarding how the pandemic affected marketing operations, and how overall marketing strategies has been changed accordingly. The project ends with its limitations and recommendations.

Key words: Covid-19, Social Media Marketing, Benghazi

المخلص

أدى وباء كوفيد-19 ولوائح الإقامة الجبرية في المنازل التي أعقبت ذلك إلى زعزعة كل مجال من مجالات الحياة الاجتماعية على الصعيد العالمي أكثر من أي وقت مضى، ولا سيما الاتصالات بالإنترنت ووسائل الإعلام، استعمال الإنترنت للتعيش مع الأسرة والأصدقاء، والعمل والالتحاق بالمدرسة عن طريق المنزل. مما دفع المُسوقين والشركات إلى تكيف مزيجها التسويقي مع التقنيات الرقمية وتحولت بالتالي إلى معايير جديدة، ولذلك تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جائحة كورونا على التسويق من خلال مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام دراسة مسحية استهدفت المشاركين الليبيين عن طريق استمارة استبانة تم تصميمها تحت إشراف الدكتور صبري جبران، وتم توزيع استمارة الاستبانة على المشاركين أونلاين. ومن بين أهم نتائج الدراسة هو تأثير الجائحة على التسويق من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في مدينة بنغازي، وقد اختتمت الدراسة بذكر التوصيات والقيود.

الكلمات المفتاحية: مرض كوفيد-19، التسويق، أدوات التواصل الاجتماعي