

# إدارة الترويج والاتصالات

الدكتور  
عنبـر إبراهيم شـلاش  
كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية  
جامعة البتراء



## الفهرس

المقدمة ..... 13

### الفصل الأول الاتصالات في الإدارة

تمهيد ..... 17

تحديد مفهوم الاتصال ..... 18

عملية تصنيف المعلومات ..... 21

مناهج الاتصال ..... 26

الفعالية والكفاءة في عملية الاتصال ..... 29

عملية الاتصال ..... 32

شبكات الاتصال ..... 33

أنواع الاتصالات ..... 38

### الفصل الثاني العمل البيعي له جذور تسويقية

تمهيد ..... 57

عناصر المزيج التسويقي ..... 60

مكونات العملية التسويقية ..... 65

## الفصل الثالث

### الاتصالات التسويقية ودور العملية البيعية فيها

73	تمهيد
73	نموذج الاتصال في الترويج
76	عناصر المزيج الترويجي
80	استراتيجيات الترويج

## الفصل الرابع

### طبيعة سلوك المستهلك وأهميته

89	تمهيد
89	تعريف المستهلك
92	تعريف سلوك المستهلك
93	طبيعة دراسة سلوك المستهلك
99	أهمية دراسة سلوك المستهلك
107	نشأة وتطور علم المستهلك
109	الأسباب الرئيسة لنمو سلوك المستهلك

## الفصل الخامس

### تأثير ثقافة المجتمع على سلوك المستهلك

119	تمهيد
120	ماذا نعني بثقافة المجتمع؟
121	القيم الجوهرية للمجتمع وأثرها في تشكيل ثقافته

123	الخصائص العامة للثقافة .....
129	تأثر سلوك المستهلكين بثقافة مجتمعهم .....
146	ثقافة المجتمع وتأثيرها على سلوك المستهلك .....
	مقارنة بين القيم الجوهرية للمجتمع الإسلامي وبعض المجتمعات الأخرى .....
151	تغير بعض القيم الحضارية في المدى الطويل .....
161	التغيرات الاجتماعية المعاصرة وأثرها في التغيير الحضاري للشعوب ...
170	تأثر النشاط التسويقي لمنشآت الأعمال بالقيم الجوهرية للمجتمع .....

## الفصل السادس

### الترويج كعملية اتصال

177	تمهيد .....
177	مفهوم الاتصال .....
178	النموذج العام للاتصال .....
179	مصدر الرسالة .....
181	الرسالة الاتصالية .....
182	الصياغة الرمزية لمضمون الرسالة .....
186	قناة الاتصال .....
189	التغذية العكسية .....
190	تحليل الصياغة الرمزية لمضمون الرسالة .....
192	المستقبل .....
193	معوقات الاتصال .....



## الفصل السابع المزيج الترويجي ( مزيج الاتصال التسويقي )

201	تمهيد
204	الأدوار المختلفة للترويج
205	استراتيجية الترويج والعوامل المؤثرة عليها
208	كيف يمكن تحديد ميزانية الترويج؟
211	المشكلات والتحديات التسويقية التي تواجه الترويج في التسعينيات وما بعدها
224	تنشيط المبيعات

## الفصل الثامن الإعلان

235	تمهيد
235	مفهوم الإعلان
240	الفروق بين الإعلان ووسائل الاتصال الأخرى
246	أنواع الإعلان
251	وظائف الإعلان
251	أهمية الإعلان
262	أهداف الإعلان
264	المشتغلون بالإعلان
286	أخلاقيات الإعلان

## الفصل التاسع

### خطوات البيع المباشر الشخصي

291	تمهيد
291	خطوات عملية البيع
300	مناهج تحديد حجم المنطقة البيعية
	الطرق التي يمكن أن يسلكها رجل البيع للحصول على ما يريد من
301	معلومات

## الفصل العاشر

### العلاقات العامة

#### مفهومها - تطورها - أهدافها

309	تمهيد
310	مفهوم وطبيعة وظيفه العلاقات العامة
315	طبيعة العلاقة بين العلاقات العامة وبعض العلوم الأخرى

## الفصل الحادي عشر

### العلاقات العامة

#### وظائفها والمشتغلون بها

319	تمهيد
319	وظائف العلاقات العامة
329	العلاقات العامة كنظام
338	المشتغلون بالعلاقات العامة
347	المراجع