

MARKETING COMMUNICATION

# الإتصالات التسويقية

الدكتور  
علي فلاح الزعبي



## الفهرس

17	تقديم
19	المقدمة

## الفصل الأول

### مدخل إلى الاتصالات

25	تمهيد
26	مفهوم الاتصال
29	شروط ووظائف الاتصال
31	خصائص ومميزات الاتصال
32	أهمية الاتصال
33	أساليب الاتصال
35	ميادين الاتصال
36	مراحل عملية الاتصال
36	أنواع الاتصال
37	طرق الاتصال
38	مشكلات ومعوقات الاتصال
39	عناصر عملية الاتصال
41	مهارات الاتصال المباشر
49	الخاتمة
50	حالة دراسية تطبيقية (1)

## الفصل الثاني

### الاتصالات التسويقية (الأسس والمفاهيم)

53	تمهيد
----	-------

55	مفهوم التسويق
60	تعريف وأهمية الاتصالات التسويقية
62	أشكال الاتصالات التسويقية في الشركات
70	وسائل الاتصالات التسويقية
72	علاقة الاتصالات بعناصر المزيج التسويقي 4Ps
75	مراحل إعداد حملة اتصالات تسويقية
78	عناصر وأدوات ومكونات مزيج الاتصالات التسويقية
89	استراتيجية الترويج والاتصالات التسويقية
91	عناصر مزيج الاتصالات التسويقية عبر شبكة الانترنت
95	معوقات الاتصالات التسويقية
96	أنماط ونظريات الاتصالات التسويقية
103	وسائل الاتصال التسويقي
106	قياس فاعلية الترويج والاتصالات التسويقية
115	الخاتمة
116	حالة دراسية تطبيقية (1)

### الفصل الثالث

#### الترويج وعملية الاتصالات

121	تمهيد
121	تعريف الاتصالات
122	نموذج الاتصالات
128	المستقبل-متلقي الرسالة
133	تحليل المصدر
145	تحليل الرسالة وقناة الاتصال

155	تحليل قناة الاتصال التسويقي
159	الخاتمة

## الفصل الرابع

### الاتصالات التسويقية المتكاملة

163	تمهيد
163	مفهوم وعناصر الاتصالات التسويقية المتكاملة
166	خصائص ومميزات الاتصالات التسويقية المتكاملة
166	فوائد ومنافع الاتصالات التسويقية المتكاملة
167	أساليب ومبادئ الاتصالات التسويقية المتكاملة
168	أسباب تزايد أهمية الاتصالات التسويقية المتكاملة
168	أهداف الاتصالات التسويقية المتكاملة
169	ميزانية الاتصالات التسويقية المتكاملة
170	الخاتمة
171	حالة دراسية تطبيقية (1)

## الفصل الخامس

### الاتصالات التسويقية وبيئة التسويق وسلوك المستهلك وأخلاقيات

#### المهنة والمسؤولية الاجتماعية

175	تمهيد
176	الاتصالات التسويقية والبيئة التسويقية
179	الاتصالات التسويقية وسلوك المستهلك
187	الاتصالات التسويقية وأخلاقيات المهنة
192	المسؤولية الاجتماعية للاتصالات التسويقية
200	الخاتمة
201	حالة دراسية تطبيقية (1)

## الفصل السادس

### البيع الشخصي

205	تمهيد
206	عناصر المزيج التسويقي
207	الاحتياجات الأساسية لاكتساب مهارات البيع الشخصي
209	مفهوم وأهمية البيع الشخصي
209	تخطيط البيع الشخصي
212	خطوات العملية البيعية
216	طرق العرض البيعي
217	طرق التغلب على الاعتراضات
220	إتمام عملية البيع
221	الخاتمة

## الفصل السابع

### الإعلان

225	تمهيد
226	مفهوم وخصائص الإعلان
227	العوامل التي ساعدت على الاهتمام بالإعلان
228	فوائد الإعلان
229	الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية للإعلان
230	الرسائل الإعلانية
233	الحملة الإعلانية
235	وكالات الإعلان
236	وسائل الإعلان
245	مجالات تقييم الإعلان
246	الخاتمة

## الفصل الثامن

### تنشيط المبيعات

249	تمهيد
250	مفهوم ترويج المبيعات
250	مزايا ترويج المبيعات
251	عيوب ترويج المبيعات
252	أهداف ترويج المبيعات
253	وسائل ترويج المبيعات
256	تنشيط المبيعات وتطوير المهارات الابتكارية
271	الخاتمة

## الفصل التاسع

### العلاقات العامة

275	تمهيد
275	العلاقات العامة - المفهوم والأهمية
277	تطور العلاقات العامة
278	أسباب ودواعي الاهتمام بالعلاقات العامة
279	أهداف العلاقات العامة
279	وظائف العلاقات العامة
283	مرتكزات دعائم العلاقات العامة
284	العلاقات العامة كمنظم
287	الاستشارات في ميدان العلاقات العامة
288	الجماهير والرأي العام
294	الخاتمة
295	حالة دراسية تطبيقية (1)
299	حالة دراسية تطبيقية (2)

## الفصل العاشر

### النشر التجاري

303	تمهيد
304	مفهوم النشر التجاري
306	خصائص النشر التجاري
307	أوجه الاختلاف بين النشر التجاري والإعلان
307	مزايا النشر التجاري
307	وسائل النشر الدعائي
308	أشكال النشر الدعائي
309	متطلبات نجاح البرنامج الدعائي
309	أهمية النشر التجاري
311	الأثر الاقتصادي والسياسي للنشر التجاري
313	النشر التجاري والإعلام
315	الخاتمة

## الفصل الحادي عشر

### التسويق المباشر

319	مقدمة
320	تعريف التسويق المباشر
320	مزايا التسويق المباشر
321	سلبيات التسويق المباشر
321	أهداف التسويق المباشر
322	دور التسويق المباشر
322	أساليب التسويق المباشر
323	منافع عملية التسويق المباشر
324	أنواع التسويق المباشر

325	أسباب نمو التسويق المباشر
330	إستراتيجيات التسويق المباشر
335	الخاتمة
337	الملاحق
355	المراجع