

# وسائل الترويج التجاري

( مدخل تحليلي متكامل )

الدكتور  
سمير عبد الرزاق العبدلي



Trade Promotion



## الفهرس

13 ..... المقدمة

### الفصل الأول

#### الترويج

19 ..... مفهوم الترويج

19 ..... أسباب تزايد الاهتمام بالنشاط الترويجي

21 ..... الترويج والاتصال الترويجي

22 ..... مفهوم الاتصال

23 ..... نماذج الاتصال الترويجي

### الفصل الثاني

#### عناصر المزيج الترويجي

28 ..... الإعلان

28 ..... الدعاية والنشر

29 ..... تنشيط المبيعات

30 ..... البيع الشخصي

31 ..... العلاقات العامة

33 ..... التغليف

33 ..... الإعلام

34 ..... أهمية وسائل الاعلام في المجتمع

### الفصل الثالث

#### مراحل نشوء وتطور الإعلان

41	تاريخ ظهور الإعلان
42	العوامل التي ساعدت على تطور الإعلان
43	تعريف الإعلان
45	الاهمية الاقتصادية للإعلان
50	الأهمية الاجتماعية للإعلان

### الفصل الرابع

#### أهداف الإعلان

55	تحديد أهداف الاعلان
56	تصنيف الإعلان حسب الأهداف المنشودة
56	الإعلان الإبلاغي
57	الإعلان الإقناعي
57	الإعلان التذكيري
59	أهداف الإعلان بشكل عام

### الفصل الخامس

#### إدارة الإعلان

66	وظائف إدارة الإعلان
69	تنظيم إدارة الإعلان
74	وكالات الإعلان
74	وظائف وكالة الإعلان
76	انواع وكالات الاعلان

## الفصل السادس

### تخطيط الحملة الإعلانية

81	تعريف الحملة الإعلانية
81	الخطوات الأساسية لتخطيط الحملة الإعلانية
81	تقييم الفرصة التسويقية
83	تحليل السوق
84	تحديد الاهداف الاعلانية
84	اختيار وسيلة الاعلان المناسبة
90	تصميم الرسالة الاعلانية

## الفصل السابع

### وسائل الإعلان

99	الوسائل المقروءة
99	الصحف
103	المجلات
104	البريد المباشر
105	الإعلان في وسائل النقل وإعلانات الطرق
108	الوسائل المرئية
108	التلفزيون
112	السينما
113	الإنترنت
114	الوسائل المسموعة
115	الإعلان في وسائل الاتصال الإلكتروني

## الفصل الثامن

### البيع الشخصي

121	تعريف البيع الشخصي
121	أهمية البيع الشخصي
121	اهداف البيع الشخصي
122	مزايا البيع الشخصي
123	عملية البيع الشخصي
123	وظائف رجل البيع
124	العلاقة بين البيع الشخصي والإعلان

## الفصل التاسع

### ترويج المبيعات

139	تعريف ترويج المبيعات
140	أهداف ترويج المبيعات
141	وسائل ترويج المبيعات
143	أنواع وسائل ترويج المبيعات

## الفصل العاشر

### الدعاية والعلاقات العامة

155	الدعاية
156	الفرق بين الدعاية والإعلان
156	الفرق بين الدعاية والإعلام
157	مزايا الدعاية
157	اثر تقديم وسائل الاتصال على الدعاية



157.....	اشكال الاتصال الدعائي
158.....	دور وسائل الإعلام في المجتمع
159.....	الاعلام والاعلان
160.....	العلاقات العامة.....
160.....	تعريف العلاقات العامة
160.....	ماهية العلاقات العامة
161.....	وظائف العلاقات العامة
161.....	العلاقات العامة والاعلام
162.....	العلاقات العامة والاعلان
163.....	العلاقات العامة والدعاية

## الفصل الحادي عشر

### تحرير الدعوة الإعلانية وتصميم الإعلان

167.....	تحرير الدعوة الإعلانية
168.....	البحث عن الأفكار الإعلانية
168.....	البحث عن الحقائق
171.....	إعداد النقط البيعية والمنافع
173.....	شروط دعاوى الإعلانية الناجحة
174.....	تصميم الإعلان
175.....	مراحل تصميم الاعلان
175.....	مبادئ التصميم الجيد

## الفصل الثاني عشر تقييم فاعلية الإعلان

- 182..... أساليب تقييم فاعلية الإعلان  
184..... أساليب التقييم السابقة للإعلان  
196..... أساليب التقييم اللاحقة للإعلان

## الفصل الثالث عشر بحوث الإعلان

- 193..... العلاقة بين بحوث التسويق وبحوث الإعلان  
195..... أساسيات البحوث  
202..... بعض الطرق المستخدمة في بحوث الإعلان  
204..... استخدام البحوث في مجال الإعلان

## الفصل الرابع عشر الترويج في الأسواق الدولية

- 211..... أسباب النمو وانتشار الترويج الدولي  
212..... اختيار استراتيجية الترويج  
213..... استراتيجية الترويج الدولي  
215..... الأساليب المستخدمة في النشاط الترويجي الدولي  
217..... إدارة الترويج الدولي  
217..... تنظيم الإعلان الدولي  
218..... الإعلان الدولي المختلف والموحد  
219..... مقارنة بين المركزية واللامركزية في الإعلان الدولي

## الفصل الخامس عشر الإعلان عبر الإنترنت

223	..... ما هي الإنترنت
225	..... خواص إعلانات الإنترنت
226	..... أساليب إعلان الإنترنت
228	..... المتغيرات الجديدة في صناعة إعلان الإنترنت
231	..... بعض نماذج إعلانات الإنترنت

## الفصل السادس عشر علاقة الإعلان بالسلوك الاستهلاكي

235	..... السلوك الاستهلاكي
236	..... نماذج السلوك الاستهلاكي
243	..... دوافع السلوك
246	..... انواع دوافع السلوك
246	..... الدوافع الفطرية
247	..... الدوافع المكتسبة

## الفصل السابع عشر الأهداف النفسية الخاصة بالإعلان

251	..... جذب الانتباه
255	..... إثارة الاهتمام
255	..... خلق الرغبة
256	..... الإقناع
257	..... الحث على الاستجابة



258.....التثبت بالذاكرة

261.....المراجع