



مفردات مادة الاتصالات التسويقية  
العام الجامعي ١٤٣٢/١٤٣٣ هـ  
برامج الانتساب



<b>عدد الوحدات</b> ٣	<b>أستاذ المادة</b> أ. المعتز بالله سيد حسن محمد حسن بريد الكتروني: ABSHASSAN@KAU.EDU.SA الموقع الالكتروني: /HTTP://ABSHASSAN.KAU.EDU.SA	<b>رمز المقرر</b> MRK 302	<b>اسم المقرر</b> اتصالات تسويقية MARKETING COMMUNICATION
			<b>المتطلبات السابقة</b> MRK 152
<b>وصف المقرر:</b> يستعرض هذا المقرر عناصر الاتصالات التسويقية من منظور متكامل. تتيح هذه المعرفة للطلاب القدرة على البحث وتقييم الموقف التسويقي والترويجي للشركة واستخدام تلك المعلومات في إعداد إستراتيجيات وبرامج اتصال فعالة.			
<b>أهداف المقرر:</b> ١. التعرف علي الدور الهام الذي تلعبه الاتصالات في برامج التسويق. ٢. تزويد الطلاب بفهم أعمق للأساليب ، المبادئ ، المصطلحات المتعلقة بالاتصالات التسويقية. ٣. تعلم كيفية تحقيق التكامل بين عناصر الاتصالات التسويقية ( مثل الإعلان ، تنشيط المبيعات والعلاقات العامة ) في شكل برنامج اتصال فعال. ٤. فهم القضايا الاجتماعية ، القانونية ، الأخلاقية المرتبطة بممارسات الاتصالات التسويقية. ٥. تحسين مهارات الاتصال الشفوي والمكتوب والتي تظهر تفكير انتقادي أفضل.			



مفردات مادة الاتصالات التسويقية  
العام الجامعي ١٤٣٢/١٤٣٣ هـ  
برامج الانتساب



توزيع المحتوى العلمي على الفصل الدراسي:

الموضوع
<b>الفصل الأول:</b> ١ - مفهوم الاتصالات (تعريف الاتصالات، الاتصالات الشخصية، الاتصالات في منظمات الأعمال، الاتصالات الخارجية، حاجة المنظمات للاتصالات)
<b>الفصل الثاني:</b> ١ - مفهوم الاتصالات التسويقية ٢ - النماذج المتقدمة للاتصالات التسويقية ٣ - أهداف الاتصالات التسويقية
<b>الفصل الثالث:</b> ١ - مفهوم الاتصالات التسويقية المتكاملة ٢ - تعريف الاتصالات التسويقية المتكاملة ٣ - مبادئ الاتصالات التسويقية المتكاملة ٤ - الخصائص المميزة و المنافع المتحققة من استخدام الاتصالات التسويقية المتكاملة ٥ - الاختلافات بين الاتصالات التقليدية و المتكاملة ٦ - إستراتيجية الاتصالات التسويقية
<b>الفصل الرابع:</b> ١ - التخطيط للاتصالات التسويقية ٢ - التخطيط للترويج و دورة حياة المنتج
<b>الفصل الخامس:</b> ١ - علاقة الأخلاق و الاتصالات التسويقية ٢ - أخلاقيات التسويق ٣ - مزيج الاتصالات التسويقية و الأخلاق ٤ - اتخاذ القرار الأخلاقي في الاتصالات التسويقية
<b>الفصل السادس:</b> ١ - كيفية دراسة سلوك المستهلك ٢ - العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك ٣ - مراحل عملية الشراء
<b>الفصل السابع:</b> ١ - مفهوم الإعلان ٢ - أنواع الإعلان ٣ - أهداف الإعلان ٤ - اختيار وسيلة الإعلان ٥ - ميزانية الاعلان
<b>الفصل الثامن:</b> ١ - تعريف ترويج المبيعات ٢ - أهمية ترويج المبيعات ٣ - أهداف ترويج المبيعات
تابع: الفصل الثامن:



مفردات مادة الاتصالات التسويقية  
العام الجامعي ١٤٣٢/١٤٣٣ هـ  
برامج الانتساب




<p>١- تطوير برامج الترويج ٢- الترويج للمبيعات الموجهة نحو المستهلك ٣- الترويج للمبيعات الموجهة نحو التجار أو الشركات</p>
<p>الفصل التاسع: ١- تعريف البيع الشخصي. ٢- أهمية البيع الشخصي. ٣- واجبات و مهارات رجل البيع الشخصي. ٤- أنماط البيع الشخصي</p>
<p>الفصل العاشر: ١- تعريف العلاقات العامة ٢- أهداف العلاقات العامة ٣- مهام العلاقات العامة ٤- العلاقة التكاملية بين العلاقات العامة و المزيج التسويقي ٥- الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة</p>
<p>الفصل الحادي عشر: ١- تعريف التسويق المباشر. ٢- أهداف التسويق المباشر ٣- قاعدة بيانات التسويق المباشر ٤- أدوات التسويق المباشر ٥- تحديد المستهلك المستهدف</p>
<p>الفصل الثاني عشر: ١- قياس فاعلية الاتصالات التسويقية و الترويج ٢- معني الفاعلية ٣- قياس فاعلية الإعلان ٣- قياس فاعلية ترويج المبيعات.</p>
<p>تابع: الفصل الثاني عشر: ١- قياس فاعلية رجال البيع ٢- قياس فاعلية العلاقات العامة ٣- قياس فاعلية التسويق المباشر</p>
<p>الاختبار النهائي</p>
<p>المخرجات المتوقعة: عند الانتهاء من دراسة هذا المقرر، سوف يكون الطالب قادرا على:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>١. فهم واستخدام صحيح للمصطلحات الرئيسية في الاتصالات التسويقية.</li><li>٢. مناقشة وتطبيق مفاهيم تقييم السوق وتحديد المكانة السوقية.</li><li>٣. فهم وتطبيق الخطة الإعلامية والموازنة ، بما في ذلك مصادر وتكاليف عناصر الخطة.</li><li>٤. تعريف وإعداد الخطة الترويجية.</li><li>٥. تحديد المضامين الرئيسية الاجتماعية ، القانونية ، والأخلاقية للاتصالات التسويقية.</li></ol>



مفردات مادة الاتصالات التسويقية  
العام الجامعي ١٤٣٢/١٤٣٣ هـ  
برامج الانتساب



	<p><b>الكتاب المقرر:</b> الاتصالات التسويقية و الترويج. أ. د. ثامر البكري. ٢٠٠٨، دار الحامد للنشر والتوزيع</p>		
<p><b>طريقة التقييم:</b></p> <table border="1" data-bbox="266 1100 1370 1182"><tr><td data-bbox="266 1100 1065 1182">اختبار نهائي: ١٠٠ درجة</td><td data-bbox="1065 1100 1370 1182">نسبة التقييم النهائية</td></tr></table>		اختبار نهائي: ١٠٠ درجة	نسبة التقييم النهائية
اختبار نهائي: ١٠٠ درجة	نسبة التقييم النهائية		