



مفردات مادة الاتصالات التسويقية
الفصل الاول لعام 1436 - 1437 هـ
لطالبات الانتساب



<u>عدد الوحدات</u>	<u>أستاذ المادة</u>	<u>رمز المقرر</u>	<u>اسم المقرر</u>
3	أ. أماني علام بريد الكتروني: AMANYALLAM@OUTLOOK.SA	302 MRK	(302) الاتصالات التسويقية
MRK 152			المتطلبات السابقة
<p>وصف المقرر:</p> <p>يعني المقرر تعريف الطالبات بمفهوم الاتصالات التسويقية من منظور متكامل. سوف تتمكن الطالبة من معرفة الفروق بين عناصر مزيج الاتصالات وكيف يختلفون والعوامل التي تحدد أنشطة مكونات مزيج الاتصالات بالمؤسسات الربحية وغير الربحية. وكيفية أعداد برامج اتصالات فعالة.</p>			
<p>أهداف المقرر:</p> <p>1- التعرف على الدور الهام الذي تلعبه الاتصالات في برامج التسويق</p> <p>2- اكساب الطلاب مهارات عملية في عملية الاتصالات التسويقية وأثرها علي الأداء التسويقي .</p> <p>3- التمييز بين عناصر مزيج الاتصالات التسويقية ..</p> <p>4- فهم القضايا ذات العلاقة بالاتصالات التسويقية .</p>			



مفردات مادة الاتصالات التسويقية
الفصل الاول لعام 1436 - 1437 هـ
لطلبات الانتساب



توزيع المحتوى العلمي على الفصل الدراسي:	
الموضوع	
الفصل الاول: الاتصالات.	
الفصل الثاني: الاتصالات التسويقية .	
الفصل الثالث: الاتصالات التسويقية المتكاملة .	
الفصل الرابع: التخطيط للاتصالات التسويقية .	
الفصل الخامس: الأخلاق والاتصالات التسويقية .	
الفصل السادس: الترويج وسلوك المستهلك .	
الفصل السابع: الفرق بين الاعلان والدعايه.	
الفصل الثامن: ترويج المبيعات	
الفصل التاسع: البيع الشخصي	
الفصل العاشر: العلاقات العامه .	
الفصل الحادي عشر: التسويق المباشر	
الفصل الثاني عشر: قياس فاعلية الاتصالات التسويقية .	
الاختبار النهائي	
المخرجات المتوقعة:	
في نهاية الفصل الدراسي سوف تستطيع الطالبات فهم الفكرة العامه عن مزيج الاتصالات التسويقية وكيفية استخدامه بفعالية بالنشاط التسويقي. والفرق بين عناصر مزيج الاتصالات من الاعلان والترويج... وسوف تستطيع الطالبات فهم العوامل المؤثرة علي موازنة مزيج الاتصالات والجوانب المهمه في اختيار مكونات المزيج .	
الكتاب المقرر:	
الاتصالات التسويقية والترويج ،ثامر البكري الطبعة الثانيه 2009-1429 دار الحامد للنشر - عمان - الأردن.	
طريقة التقييم:	
اختبار نهائي 100 درجه.	