

رقم الصفحة	
	إهداء
3	تصدير
7	
11	الجزء الأول
13	أهداف الجزء الأول ومكوناته
	الباب الأول
15	المحاضرة الأولى : مقدمات أساسية
17	تعريف الإعلان
21	المحاضرة الثانية : تابع المقدمات الأساسية
27	عناصر المزيج الترويجي
28	المزيج الترويجي (مزيج الاتصال التسويقي)
29	الأدوار المختلفة للترويج
33	أهداف الترويج
35	إستراتيجية الترويج والعوامل المؤثرة عليها
36	كيف يمكن تحديد ميزانية الترويج
40	المشكلات والتحديات التسويقية التي تواجه الترويج في التسعينات وما بعدها
43	النشر
48	تنشيط المبيعات
50	أهداف تنشيط المبيعات
51	المحاضرة الثالثة : الشروط الموقفية، والأهمية النسبية، والأدوار
63	أدوار الإعلان
70	المحاضرة الرابعة : الاتصال والجوانب السلوكية وعلاقتها بالإعلان
71	1- الاتصال
71	2- استجابة المستهلك / المنتفع
74	3- عرض للمراحل التي قد تمر بها قرارات المستهلك
75	4- مراحل استجابة المستهلك وعناصر المزيج الترويجي
79	5- أهم مجالات وجوانب تأثير الترويج والإعلان
79	

87	المحاضرة الخامسة : تصنيف الإعلانات
87	أولاً : تصنيف الإعلانات على أساس الهدف
87	1- الإعلان الريادي
91	2- الإعلان التنافسي
91	3- الإعلان المقارن
93	4- الإعلان التذكيري
98	ثانياً : تصنيف الإعلانات على أساس الجمهور المستهدف
98	1- الإعلان الموجه للمستهلك النهائي
102	2- إعلان الأعمال
107	الإعلان السياسي
115	مضمون الإعلان السياسي
119	تصنيف الإعلان السياسي ووسائله
125	المحاضرة السادسة : تخطيط الحملة الإعلانية
128	الحملة الإعلانية
131	خطوات تخطيط الحملة الإعلانية
135	1- التخطيط المبني
135	2- تحديد أهداف الإعلان
140	تحديد ميزانية الإعلان
		الجزء الثاني
147		الجوانب الفنية والأسس العلمية
149	المحاضرة السابعة : مضمون هندسة الإعلان
161	المحاضرة الثامنة : مقدمات بناء الرسالة وتصميم الإعلان واختيار الوسائل
161	أولاً : البناء
166	ثانياً : التصميم
168	ثالثاً : اختيار الوسائل الإعلانية
171	المحاضرة التاسعة : الوسائل المطبوعة
187	التخطيط الداخلي لنسخة الرسالة الخاصة بالإعلان
189	المواد المستخدمة في التخطيط الداخلي للإعلان
190	الإثبات البراهين والأدلة



191	تنظيم نسخة الإعلان
191	المجلات ومجلات المستهلك
193	مطبوعات الأعمال
196	إعلانات البيع بدون وسطاء
196	البريد المباشر (الإعلان المباشر)
201	المحاضرة العاشرة : أساسيات التصميم
215	المحاضرة الحادية عشر : الوسائل المسموعة والمرئية
215	الإذاعة
218	كيف تقوم بإعداد راديو سكريبت
224	نموذج توقيت لإعلان إذاعي
225	الإعلان التلفزيوني
228	طريقة كتابة الاسكريبت التلفزيوني
235	المحاضرة الثانية عشر : بعض جوانب إنتاج الإعلان التلفزيوني والسينمائي
243	المحاضرة الثالثة عشر : الوسائل الأخرى
245	الإعلانات الثابتة بالشوارع والطرق والأسواق
248	الإعلانات على وسائل النقل والمواصلات
251	الإعلانات على الملابس والأواني المنزلية والأقلام وأجنات المكاتب أو المفكرات .. وغيرها
253	دليل التليفونات : دليل الأعمال والشركات
255	المحاضرة الواحدة عشر : فنون الإنتاج والإخراج
	الجزء الثالث
257	بناء المهارات فني الوكالات والمنشآت الاعلانية
258	مقدمة



- 261 المحاضرة الخامسة عشر : كيف تدير وكالة للإعلان
- 281 المحاضرة السادسة عشر : كيف تحصل على العملاء وتحافظ عليهم.....
- 291 تابع المحاضرة السادسة عشر : كيف تكون عميلا جيدا لدى وكالة إعلانية
- 293 المحاضرة السابعة عشر : كيف تصمم حملة إعلانية جيدة
- 313 المحاضرة الثامنة عشر : كيف تصمم حملة إعلانية جيدة لبيع السلع الغذائية والسفرات السياحية والأدوية
- 321 المحاضرة التاسعة عشر : خاتمة : كيف تصعد إلى القمة

الجزء الرابع

- 327 الإعلان الإلكتروني
- 329 المحاضرة العشرين : الإعلان الإلكتروني (مفاهيم وأشكال وتطبيقات)
- 331 1- التجارة والأعمال الإلكترونية كهيئة للإعلان الإلكتروني
- 334 2- التجارة الإلكترونية بالإنترنت وبغير الإنترنت
- 337 3- فئات التجارة الإلكترونية.....
- 340 4- مفهوم وأشكال الإعلانات بالإنترنت
- 346 5- الأسواق الإلكترونية والمتاجر الافتراضية التي يعرض بها الإعلان الإلكتروني
- 349 6- الإعلان الإلكتروني والتسويق بالإنترنت
- 351 7- متطلبات تطبيق الإعلان الإلكتروني.....
- 355 8- الإعلان الإلكتروني والتسويق المباشر.....
- 359 مراجع المحاضرة العشرين
- 363 المحاضرة الحادية والعشرين تقنيات البنية التحتية للإعلان الإلكتروني
- 365 1- ما المقصود بتقنيات الإعلان الإلكتروني ؟
- 366 2- مفهوم الاتصالات وشبكات الحاسبات
- 372 3- مشغلات الاتصالات
- 376 4- برامج الاتصالات
- 378 5- خصائص وأنواع قنوات الاتصال
- 385 6- الأنواع والتركيبات البنائية لشبكات الحاسبات.....
- 388 7- مفهوم وقدرات شبكة الإنترنت
- 394 8- الإنترنت والإكسترانت
- 397 مراجع المحاضرة الحادية والعشرين



403	وكالات الإعلان وتنظيم النشاط الاعلاني	المحاضرة الثانية والعشرين
405 المقدمات الأساسية	المحاضرة الثالثة والعشرين
421	أسس تنظيم النشاط الإعلاني داخل منظمات الأعمال وأنواع وكالات الإعلان
	الجزء السادس (ملحق)	
431	من ملفات مخرج تلفزيون	أسئلة ومفاتيح إجابة للمناقشة
463	المحتويات
469

