

محتويات الكتاب

٣	إهداء
٧	تصدير
٩	أفتراض أساسى
الجزء الأول	
١٢	أهداف الجزء الأول ومكوناته
الباب الأول	
١٥	المحاضرة الأولى : مقدمات أساسية
٢٥	المحاضرة الثانية : تابع المقدمات الأساسية
٢٦	عناصر المزيج الترويجى
٢٧	المحاضرة الثانية فى المزج الترويجى (مزيج الاتصال التسويقى)
٣٠	الأدوار المختلفة للترويج
٣٣	أهداف الترويج
٣٤	استراتيجية الترويج والعوامل المؤثرة عليها
٣٨	كيف يمكن تحديد ميزانية الترويج
٤١	المشكلات والتحديات التسويقية التى تواجه الترويج فى التسعينات وما بعدها
٤٦	النشر
٤٩	تنشيط المبيعات
٥٠	هدف تنشيط المبيعات
٦١	المحاضرة الثالثة فى الشروط الموقفية ، والأهمية النسبية والأدوار

٧٢	ادوار الإعلان
٧٣	المحاضرة الرابعة فى الاتصال والجوانب السلوكية وعلاقتها بالاعلان ...
٧٣	١ - الاتصال
٧٧	٢ - استجابة المستهلك / المتفتح
٧٩	٣ - عرض للمراحل التى قد تمر بها قرارات المستهلك
٨٣	٤ - مراحل استجابة المستهلك وعناصر المزيج الترويجى
٨٣	٥ - أهم مجالات وجوانب تأثير الترويج والإعلان
٩١	المحاضرة الخامسة فى تصنيف الإعلانات
٩١	أولاً : تصنيف الإعلانات على أساس الهدف
٩١	١ - الإعلان الريادى
٩٦	٢ - الإعلان التنافسى
٩٦	٣ - الإعلان المقارن
٩٨	٤ - الإعلان التذكيرى
١٠٣	ثانياً : تصنيف الإعلانات على أساس الجمهور المستهدف
١٠٣	١ - الإعلان الموجه للمستهلك النهائى
١٠٧	٢ - إعلان الأعمال
١١٢	الإعلان السياسى
١٢٠	مضمون الإعلان السياسى
١٢٤	تصنيف الإعلان السياسى ووسائله
١٢٦	ملحق المحاضرة
١٣١	المحاضرة السادسة : تخطيط الحملة الاعلانية
١٣٣	الحملة الاعلانية

- ١٣٦ خطوات تخطيط الحملة الإعلانية
- ١٤٠ ١ - التخطيط المبدئي
- ١٤٠ ٢ - تحديد أهداف الإعلان
- ١٤٥ التحديد ميزانية الإعلان

الجزء الثاني

- ١٥٣ الجوانب الفنية والأسس العلمية
- ١٥٥ المحاضرة السابعة في مضمون هندسة الإعلان
- المحاضرة الثامنة في مقدمات بناء الرسالة وتصميم الإعلان واختيار
- ١٦٧ الوسائل
- ١٦٧ أولاً : البناء
- ١٧٣ ثانياً : التصميم
- ١٧٥ ثالثاً : اختيار الوسائل الإعلانية
- ١٧٩ المحاضرة التاسعة في الوسائل المطبوعة
- ١٩٥ التخطيط الداخلي لنسخة الرسالة الخاصة بالإعلان
- ١٩٧ المواد المستخدمة في التخطيط الداخلي للإعلان
- ١٩٩ الإثبات البراهين والأدلة
- ١٩٩ تنظيم نسخة الإعلان
- ٢٠٠ المجالات ومجلات المستهلك
- ٢٠٢ مطبوعات الإعلان
- ٢٠٤ إعلانات البيع بدون وسطاء
- ٢٠٤ البريد المباشر (الإعلان المباشر)

- ٢٠٩ المحاضرة العاشرة فى أساسيات التصميم
- ٢٢٣ المحاضرة الحادية عشر فى الوسائل المسموعة والمرئية
- ٢٢٣ الإذاعة
- ٢٢٦ كيف تقوم بإعداد راديو سكربت
- ٢٣١ نموذج توقيت لإعلان إذاعى
- ٢٣٣ الإعلان التليفزيونى
- المحاضرة الثانية عشر : بعض جوانب إنتاج الإعلان التليفزيونى
- ٢٤٣ والسينمائى
- ٢٥١ المحاضرة الثالثة عشر : الوسائل الأخرى
- ٢٥٣ الإعلانات الثابتة بالشوارع والطرق والأسواق
- ٢٥٧ الإعلان على وسائل النقل والمواصلات
- ٢٦٠ الإعلان على الملابس والأواني المنزلية والأقلام والمفكرات وغيرها ...
- ٢٦٥ المحاضرة الرابعة عشر فى فنون الانتاج والإخراج
- الجزء الثالث
- ٢٦٧ بناء المهارات فى الوكالات والمنشآت الإعلانية
- ٢٦٩ مقدمة
- ٢٧٣ المحاضرة الخامسة عشر فى كيف تدير وكالة للإعلان ؟
- المحاضرة السادسة عشر فى كيف تحصل على العملاء وكيف تحافظ عليهم
- ٢٩٣ عليهم
- ٣٠٣ تابع المحاضرة السادسة عشر كيف تكون عميلاً جيداً
- ٣٠٩ المحاضرة السابعة عشر فى كيف تصمم حملة إعلانية جيدة ؟

- المحاضرة الثامنة عشر في كيف تصمم حملة إعلانية جيدة لبيع : السلع
 الغذائية ، السفريات السياحية ، الأدوية ٣٢٩
 المحاضرة التاسعة عشر خاتمة : كيف تصعد إلى القمة ٣٣٧

الجزء الرابع

- محاضرات في العلاقات العامة ٣٤٣
 المحاضرة الأولى في المقدمات والأطر العامة والقضايا الرئيسية ٣٤٥
 المحاضرة الثانية في مفهوم العلاقات العامة وأهدافها ٣٥٧
 المحاضرة الثالثة في الاغتراب البيئي ودور العلاقات العامة في المنظمات ٣٦٩
 المحاضرة الرابعة في بيئة العلاقات العامة ٣٧٧
 المحاضرة الخامسة في إعداد خطط وبرامج العلاقات العامة ٣٨٤
 المحاضرة السادسة في إعداد الخطة ٤١٧
 المحاضرة السابعة وسائل الاتصال في مجال العلاقات العامة ٤٣٧
 المحاضرة الثامنة في تنظيم أعمال العلاقات العامة ٤٥٣
 المحاضرة التاسعة حلقة مناقشة لمثال تطبيقي في تنظيم وظيفة العلاقات
 العامة ٤٦٩
 بطاقات وصف بعض الوظائف بإدارة العلاقات العامة بالشركة ٤٨٩
 مدير إدارة العلاقات العامة ٤٩١
 بطاقة توصيف وظيفة رئيس قسم العلاقات الخارجية ٤٩٣
 بطاقة توصيف وظيفة أخصائي علاقات عامة ٤٩٤
 بطاقة توصيف وظيفة أخصائي علاقات عامة ٤٩٥
 بطاقة توصيف وظيفة مدير إدارة العلاقات الداخلية ٤٩٧

- بصافه توصيف وظيفه رئيس أقسام المعارض والاحتفالات ٤٩٩
بطاقة توصيف وظيفه رئيس أقسام العلاقات الإنسانية والإعلامية ٥٠١
المحاضرة العاشرة في تقييم نشاط العلاقات العامة ٥٠٣

الجزء الخامس

- وكالات الإعلان وتنظيم النشاط الإعلاني ٥١١
المحاضرة الأولى : المقدمات الأساسية ٥١٣
المحاضرة الثانية في أسس تنظيم النشاط الإعلاني داخل منظمات الأعمال
وأنواع وكالات الإعلان ٥٢٧

الجزء السادس

- (ملحق) موضوعات وحالات بحثية ومواقف للمناقشة في هندسة
الإعلان والعلاقات العامة ٥٣٥
ملحق هام دراسة مكتب إعلان أنترنت « IAB WWW. iab.net »
حول الأنترنت كوسيلة إعلانية جديدة ٥٤٧
روشتات : روشتة رقم (١) في تخطيط العلاقات العامة ٥٩٣
روشتة رقم (٢) ٥٩٤
الاستراتيجيات ٥٩٥
مرض + علاج ٥٩٧
الفهرس ٦٠١