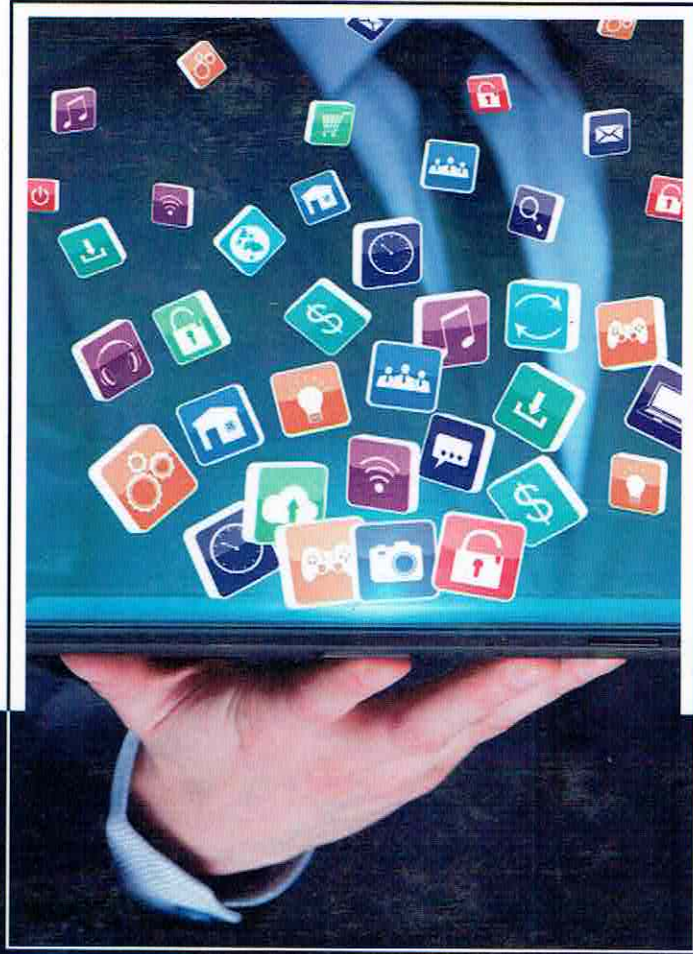


# مبادئ التسويق في العلاقات العامة

مدخل نظري \ تطبيقي

أ.م.د صباح انور محمد الصالحي



دار النشر والتوزيع

## المحتويات

13.....مقدمة

### الباب الأول

17.....مدخل في مبادئ التسويق

### الفصل الأول

19.....مدخل في التسويق

21.....أولاً: تعريف التسويق :

25.....ثانياً: أهمية التسويق :-

28.....ثالثاً: أهداف التسويق :

29.....رابعاً: مراحل تطور مفهوم التسويق :

33.....خامساً: البيئة التسويقية :

38.....سادساً: السوق / الخصائص والسمات :

42.....سابعاً: تحديد السوق المستهدف / المفهوم والطرائق :

45.....ثامناً: المزيج التسويقي وعناصره :

48.....تاسعاً: المزيج الترويجي وعناصره :

52.....عاشراً: المنتج / تعريفه وتقسيماته :

### الفصل الثاني

57.....العلاقات العامة التسويقية

59.....أولاً: مفهوم العلاقات العامة وأهميتها :

64.....ثانياً: مراحل تطور العلاقات العامة :

66.....ثالثاً: أهداف ووظائف العلاقات العامة :

71.....رابعاً: أنواع العلاقات العامة :

74.....خامساً: العلاقات العامة التسويقية :

- 82..... أهداف العلاقات العامة التسويقية :  
 83..... مزايا العلاقات العامة التسويقية :  
 84..... المعوقات التي تواجه العلاقات العامة التسويقية :  
 85..... أنشطة العلاقات العامة التسويقية :  
 87..... أدوات وأساليب العلاقات العامة التسويقية :

### الفصل الثالث

- الاتصالات التسويقية.....  
 89.....  
 91..... أولاً : مفهوم الاتصالات التسويقية والحاجة إليها :  
 96..... ثانياً : عناصر الاتصال التسويقية :  
 99..... ثالثاً : خصائص الاتصالات التسويقية :  
 100..... رابعاً : أهداف الاتصالات التسويقية :  
 101..... خامساً : وسائل الاتصالات التسويقية :  
 102..... سادساً : أنواع الاتصالات التسويقية :  
 103..... سابعاً : استراتيجية الاتصال التسويقي :  
 106..... ثامناً : وسائل الاتصال التسويقي في العلاقات العامة :  
 108..... تاسعاً : الاتصالات التسويقية ووسائل الإعلان :  
 115..... عاشراً : الحملات الإعلانية والاتصال التسويقي :  
 121..... أحد عشر : حالات تطبيقية لحملات إعلانية :

### الفصل الرابع

- التسويق الإلكتروني.....  
 125.....  
 127..... أولاً : تعريف التسويق الإلكتروني :  
 132..... ثانياً : أهمية التسويق الإلكتروني :  
 133..... ثالثاً : فاعلية التسويق الإلكتروني :  
 138..... رابعاً : الخصائص الرئيسية للتسويق الإلكتروني :  
 141..... خامساً : وظائف التسويق الإلكتروني :  
 143..... سادساً : التسويق الإلكتروني في العلاقات العامة :  
 150..... سابعاً : الميزج التسويقي الإلكتروني :

- 155..... ثامناً : الاختلاف بين التسويق الالكتروني والتسويق التقليدي :
- 157..... تاسعاً : إنشاء موقع للتسويق الالكتروني :
- 159..... عاشراً : حالات تطبيقية لعملية تسوق الكتروني :

## الباب الثاني

- 163..... أنواع التسويق في العلاقات العامة

## الفصل الخامس

- 165..... التسويق التجاري والخدمي

- 167..... أولاً : مفهوم التسويق التجاري :
- 169..... ثانياً : مراحل تطور التسويق التجاري :
- 171..... ثالثاً : تعريفات التسويق التجاري .
- 173..... رابعاً : عناصر المفهوم التسويقي التجاري :
- 177..... خامساً : أنواع التسويق التجاري :
- 180..... سادساً : تسويق الخدمات :
- 184..... سابعاً : خصائص الخدمات :
- 186..... ثامناً : المزيج التسويقي للخدمات :
- 188..... تاسعاً : تسويق الخدمات عبر الانترنت :

## الفصل السادس

- 191..... التسويق الاجتماعي

- 193..... أولاً : ظهور ونشأة التسويق الاجتماعي :
- 197..... ثانياً : مفهوم التسويق الاجتماعي وتعريفه :
- 202..... ثالثاً : أهداف وخصائص التسويق الاجتماعي :
- 205..... رابعاً : الفرق بين التسويق الاجتماعي والتجاري :
- 208..... خامساً : أساليب التغيير الاجتماعي :
- 213..... سادساً : المنتج الاجتماعي وأنواعه :
- 216..... سابعاً : عناصر المزيج التسويقي الاجتماعي :
- 219..... ثامناً : حملات التسويق الاجتماعي :

- 223..... : أنواع حملات التسويق الاجتماعي :  
 226..... : خطوات تخطيط حملات التسويق الاجتماعي :  
 230..... : حالات تطبيقية لحملات التسويق الاجتماعي :

## الفصل السابع

- التسويق السياسي.....  
 235.....  
 237..... : أولاً : ظهور وتطور التسويق السياسي :  
 241..... : ثانياً : التسويق السياسي - مفهومه - أهدافه - وظائفه - خصائصه :  
 248..... : ثالثاً : مكونات التسويق السياسي :  
 250..... : رابعاً : المزيج التسويقي الواسع للتسويق السياسي :  
 253..... : خامساً : أنواع السوق السياسي :  
 255..... : سادساً : التسويق الانتخابي :  
 258..... : سابعاً : مفهوم الحملات الانتخابية :  
 262..... : ثامناً : التخطيط الاستراتيجي للتسويق السياسي :  
 266..... : تاسعاً : التسويق السياسي الإلكتروني :  
 270..... : عاشراً : حالات تطبيقية لحملات في مجال التسويق السياسي :

## الفصل الثامن

- التسويق الإعلامي والثقافي.....  
 275.....  
 277..... : أولاً : مفهوم التسويق الإعلامي :  
 279..... : ثانياً : المزيج التسويقي الواسع للتسويق الإعلامي :  
 282..... : ثالثاً : بنية التسويق الإعلامي :  
 283..... : رابعاً : وظائف التسويق الإعلامي :  
 287..... : خامساً : استراتيجيات التسويق الإعلامي وأنواعها :  
 289..... : سادساً : الرسالة الإعلامية التسويقية :  
 291..... : سابعاً : إدارة الحملات الإعلامية التسويقية :  
 293..... : ثامناً : التخطيط لحملات الإعلامية التسويقية :  
 295..... : تاسعاً : مفهوم التسويق الثقافي :  
 299..... : عاشراً : أهمية التسويق الثقافي :

- 300..... أحد عشر: المنتج الثقافي
- 302..... اثنا عشر: المزيج التسويقي الثقافي :
- 304..... ثلاثة عشر: التخطيط للتسويق الثقافي :
- 305..... أربعة عشر: حالات تطبيقية على التسويق الثقافي :

## الفصل التاسع

- 309..... التسويق الجامعي
- 311..... أولاً: مفهوم التسويق الجامعي :
- 315..... ثانياً: أهمية وأهداف التسويق الجامعي :
- 317..... ثالثاً: خدمات التسويق الجامعي :
- 318..... رابعاً: أنواع التسويق الجامعي :
- 319..... خامساً: طرائق التسويق الجامعي :
- 320..... سادساً: المزيج التسويقي الجامعي :
- 323..... سابعاً: المزيج الترويجي الجامعي :
- 324..... ثامناً: وظائف العلاقات العامة في التسويق الجامعي :
- 325..... تاسعاً: البيئة التسويقية الجامعية :
- 327..... عاشراً: مستهلك السوق الجامعي :
- 330..... أحد عشر: تخطيط وإدارة التسويق الجامعي :
- 333..... اثنا عشر: حالات تطبيقية للتسويق الجامعي :
- 337..... المصادر والمراجع