

د. سفيان عكروود

التسويق عبر الاتصال الرقمي الطريقة الحديثة للوصول إلى الزبائن



التسويق عبر الاتصال الرقمي

الطريقة الحديثة للوصول إلى الزبائن

جامعة أمحمد بوقرة - بومرداس
Université M'hamed Bougara - Boumerdes

المكتبة الجامعية

رقم... 658.71... 658.71

1Exp

جامعة أمحمد بوقرة - بومرداس
Université M'hamed Bougara
- BOUMERDES -

المكتبة الجامعية

DON ET LFGS

د. سفهان عكروك



جامعة أمحمد بوقرة - بومرداس
Université M'hamed Bougara - Boumerdes

المكتبة الجامعية

رقم الجرد: 0146255

الصفحة	فهرس المحتويات
4	- الآية 11 من سورة المجادلة
5	- إهداء
6	- مقدمة
	الفصل الأول: مدخل إلى الاتصال والتسويق
12	أولاً: مدخل إلى الاتصال
12	1-1- ماهية الاتصال
15	2-1- عناصر العملية الاتصالية
17	3-1- أنواع الاتصال
18	1-3-1- الاتصال من حيث اللغة
19	2-3-1- الاتصال حسب حجم المشاركين فيه
21	4-1- أهداف الاتصال وخصائصه
21	1-4-1- أهداف الاتصال
22	2-4-1- خصائص الاتصال
24	ثانياً: مدخل إلى التسويق
24	1-2- ماهية التسويق
26	2-2- نشأة ومراحل تطور مفهوم التسويق
30	3-2- وظائف التسويق وأهدافه
30	1-3-2- وظائف التسويق
31	2-3-2- أهداف التسويق
32	4-2- المزيج التسويقي بين التقليدي والجديد
32	1-4-2- ماهية المزيج التسويقي
33	2-4-2- عناصر المزيج التسويقي
38	3-4-2- تجديد المزيج التسويقي
39	5-2- استراتيجيات التسويق
40	1-5-2- مفهوم الاستراتيجية

40	2-5-2- ماهية استراتيجية التسويق
41	3-5-2- مزايا التخطيط الاستراتيجي التسويقي
42	4-5-2- خطوات بناء استراتيجية تسويقية
	الفصل الثاني: التسويق عبر الاتصال الرقمي
47	أولاً: الاتصال الرقمي
47	1-1- ماهية الاتصال الرقمي
49	2-1- تأثير تطور الانترنت على الاتصال الرقمي
56	3-1- خصائص الاتصال الرقمي وأهدافه
56	1-3-1- خصائص الاتصال الرقمي
57	2-3-1- أهداف الاتصال الرقمي
60	ثانياً: التسويق الرقمي
60	1-2- التسويق في العصر الرقمي
67	2-2- ماهية التسويق الرقمي
71	3-2- أشكال ومراحل التسويق الرقمي
71	1-3-2- أشكال التسويق الرقمي
77	2-3-2- مراحل التسويق الرقمي
79	4-2- المزيج التسويقي الرقمي
86	5-2- مزايا وعيوب التسويق الرقمي وخصائصه
86	1-5-2- مزايا وعيوب التسويق الرقمي
88	2-5-2- خصائص التسويق الرقمي
89	6-2- أهداف التسويق الرقمي ووظائفه
89	1-6-2- أهداف التسويق الرقمي
90	2-6-2- وظائف التسويق الرقمي
93	7-2- أساليب وعناصر التسويق الرقمي
93	1-7-2- أساليب التسويق الرقمي
110	2-7-2- عناصر التسويق الرقمي
112	8-2- نمو النشاط التجاري الإلكتروني

112	1-8-2- نمو النشاط التجاري الإلكتروني في العالم
115	2-8-2- نمو النشاط التجاري الإلكتروني في الجزائر
	الفصل الثالث: الاتصال التسويقي الرقمي
125	أولاً: الاتصال التسويقي
156	1-1- ماهية الاتصال التسويقي
126	2-1- أهداف وأنواع الاتصال التسويقي
126	1-2-1- أهداف الاتصال التسويقي
128	2-2-1- أنواع الاتصالات التسويقية
129	3-1- أدوات الاتصال التسويقي ووظائفه
129	1-3-1- أدوات الاتصال التسويقي
133	2-3-1- وظائف الاتصال التسويقي
134	4-1- عناصر الاتصال التسويقي ومراحل إعداد نشاط اتصالي فعال
134	1-4-1- عناصر الاتصال التسويقي
135	2-4-1- مراحل إعداد نشاط اتصالي فعال
150	5-1- تمويل الاتصالات التسويقية
152	ثانياً: الاتصال التسويقي الرقمي
152	1-2- ماهية الاتصال التسويقي الرقمي
153	2-2- تأثير الأنترنت على التسويق
154	3-2- نموذج الاتصال التسويقي الرقمي
156	4-2- خصائص وسائل الاتصال الرقمية
158	5-2- مزيج الاتصال التسويقي الرقمي
163	6-2- أشكال الترويج الرقمي
172	خاتمة
174	قائمة المراجع
196	- فهرس المحتويات



الدكتور سفيان عكروود

- أستاذ الإعلام والاتصال، يشغل حاليا منصب مستشار رئيسي للشباب وأستاذ متعاقد بجامعة مولود معمري بتيزي وزو.
- حاصل على شهادة الليسانس من كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 تخصص سمعي بصري.
- حاصل على شهادة الماجستير من كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 تخصص تسيير المؤسسات الإعلامية.
- حاصل على شهادة الدكتوراه من كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 تخصص إعلام.
- اشتغل كصحفي في عدد من الجرائد الوطنية.
- مقدم أخبار ومعد برامج في إذاعة متيجة الجزائرية.
- له عدة مقالات علمية مصنفة.



دار بصمة علمية

ISBN : 978 - 9969 - 02 - 248 - 3



9 789969 022483