



مدونة المناهج السعودية

<https://eduschool40.blog>

الموقع التعليمي لجميع المراحل الدراسية

في المملكة العربية السعودية

## تعريف الاتصالات التسويقية

### مفهوم الاتصالات

فن استخدام المعلومة من قبل المرسل لغرض اوصولها الى عقل الطرف الاخر وهو المستقبل ( المستلم ) ولاحداث اجابه ( رده فعل )

### الاتصالات

- عمليه نقل وتسلم الرسائل اللفظيه وغير اللفظيه بهدف احداث استجابته
- العمليه التي يتم من خلالها تبادل المعلومات والتي تفهم من قبل شخصين او اكثر وذلك بغرض احداث الدافعي او التأثير في السلوك
- عمليه نقل المعلومات من المرسل الى المستقبل بحيث يمكن فهمها

### التسويق

نشاط انساني قائم على اساس الاشباع المباشر للحاجات والرغبات من خلال عمليه التبادل

### الاتصالات التسويقية

العمليات الاداريه القائمه على حوار تفاعلي مع الجمهور المستهدف من خلال تنظيم وتطوير وتقييم سلسله من الرسائل الموجهه نحو المجاميع المختلفه منهم باتجاه خلق مكانه للمنظمه في ذهنهم

### الاتصالات التسويقية المتكامله

- التنسيق بين النشاط الترويجي وبقية الجهود التسويقية الاخرى لتعظيم قيمه المعلومات المقدمه والمؤثره على المستهلك
- عمليه التحليل الاستراتيجي والاختيار والتنفيذ والرقابه على كافه العناصر المكونه للاتصالات التسويقية بشكل فعال واقتصادي للتأثير على مناقله المعلومات بين المنظمه والمستهلك الحالي والمحتمل خارج المنظمه
- مفهوم لتخطيط الاتصالات التسويقية وبما يقدم قيمه مضافه وشامله لتقييم الادوات ترويج المبيعات – العلاقات العامه – ومجموع هذه الادوات تقدم وبشكل منضبط رسائل متكامله وواضحه ومنسقه باتجاه تعظيم تأثير الاتصالات المتحققه

### الاخلاق

- المفاهيم الخليقه التي تحدد السلوك وفيما إذا كان صحيحا او غير صحيح
- المبادئ الادبيه والقيم التي تحكم افعال وقرارات الافراد او المجاميع او المنظمات

### اخلاقيات التسويق

- المعايير التي تحكم تصرفات المسوقين على ضوء ما يحملونه من قيم خليه
- المبادئ الادبيه التي تحدد وتعرف الشي الصحيح عن الخاطى في السلوك التسويقي
- المعايير التي يجب اتباعها في عمليه التسويق من اجل ان يكون الاداء مقبولا في الجماعه المحيطه بالمنظمه

### العلاقات العامه

نشاط تسويقي يدرك المسؤوليه الاجتماعيه للمنظمه ويساعدها على تنميه البرامج وانشاء طريق اتصال مزدوج الاتجاه مع جماهير المنظمه لكي تضمن ان يكون كلا منهم راضيا عن سياسه واجراءات المنظمه

## سلوك المستهلك

- الفعل المتحقق من قبل الفرد في شراء او استخدام او الانتفاع من منتج او خدمه متضمنه عدد من العمليات الذهنيه والاجتماعيه التي تقود الى تحقيق ذلك الفعل
- الفعل الشخصي الذي يقوم في جوهره على الانتفاع والاستخدام الاقتصادي للسلع والخدمات ومتضمنه عدد من العمليات المترتبه على تحقيق القرار لذلك الفعل

## الاعلان

هو الوسيله غير الشخصيه لتقديم البضائع والخدمات والافكار بواسطه جهه معلومه ومقابل اجر مدفوع

## البيع الشخصي

- الاتصالات الشخصيه لاجراء واقناع المستهلك المحتمل لشراء سلعه , خدمه , فكره او أي شي يمكن ان يحقق اشباع لحاجاته وارضائه
- اسلوب ذو اتجاهين في الاتصال بين البائع والمشتري وبشكل مباشر لتحقيق التأثير المناسب بالفرد او المجموعه المستهدفه من عمليه البيع
- هي الاتصالات الشخصيه الهادفه الى اخبار المستهلك واقناعه بعمليه الشراء للمنتج
- تقديم المنتجات للزبائن المحتملين وبشكل متوافق مع عمليه الاتصال الاتقاعى الذي يقوم به العاملين في المنظمه وبما يعزز من تأثير المزيج الترويجي

## العلاقات العامه

- الجهود التخطيطيه والتشاور الغعال لاسناد وتوضيح الفهم المشترك بين المنظمه وجمهورها
- كافه اشكال التخطيط للاتصالات سواء كان داخل او خارج المنظمه وفي علاقتها مع جمهورها العام حول موضوع او هدف معين يتطلب انجازه ومن خلال فهم مشترك بينهما

## التسويق المباشر

توزيع المنتجات والمعلومات والمنافع الترويجيه الى المستهلك المستهدف وفي ظل الاتصالات التفاعليه وبطرق تسمح بقياس مستوى الاستجابه المتحققه

## قاعده بيانات التسويق المباشر

الطريقه التفاعليه المستخدمه في التسويق والتي تقوم على اساس استخدام البيانات الشخصيه والوسائل القنوات التسويقيه

## الفاعليه

- الوسائل المختاره في ظل الظروف الموجوده ككل لتحقيق الهدف النهائي
- قدره المنظمه على البقاء والتكيف والنمو بغض النظر عن الاهداف التي تحققها