

اسم المقرر:	الاتصال التسويقي
رمز المقرر:	علق ٣٠٥
الساعات المعتمدة:	٣ ساعات
السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر:	السنة الثانية - المستوى الثالث
البرنامج:	العلوم الإدارية والإنسانية - العلاقات العامة
الكلية:	الكلية التطبيقية
المؤسسة:	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أهداف المقرر:

تزويد الدراسين في برنامج العلاقات العامة بمهارات الاتصال التسويقي من خلال تعلم كيفية تحقيق التكامل بين عناصر الاتصالات التسويقية مثل الإعلان، تنشيط المبيعات والعلاقات العامة، مع التدريب على كيفية توظيف هذه الاستراتيجيات التسويقية لترويج الأفكار والمنتجات والسلف بالإضافة إلى فهم سلوك المستهلك وكيفية قياسه.

موضوعات المقرر:

م	قائمة الموضوعات
١	مفهوم التسويق وتطوراته عناصر الخطة التسويقية ونماذج الاتصال عناصر المزيج التسويقي ووظائفها
٢	الاتصال التسويقي المفهوم والخصائص التعريف والابعاد الاهمية والوظائف والعوامل والمعوقات
٣	عناصر الاتصال التسويقي ادوات الاتصال التسويقي
٤	الاعلان - المعرض وخدمة العملاء
٥	البيع الشخصي تنشيط المبيعات



التسويق الإلكتروني	٦
التسويق المباشر	
سلوك المستهلك وكيفية قياسه	٧
تطبيقات	٨

مراجع المقرر:

<ul style="list-style-type: none">الموسى، حمد (2010) استخدام الاتصال التسويقي المتكامل: جامعة الامام بن سعود الإسلامية.سالم، شيماء (2017) الاتصالات التسويقية المتكاملة: الآفاق المشرقة.	المرجع الرئيس للمقرر
<ul style="list-style-type: none">البدر، حمود (2015) العلاقات العامة وتطبيقاتها: دار العلوم للطباعة والنشر.المجلة العلمية للإعلام والاتصال: <p>https://samc.ksu.edu.sa/journal/about-ajmc</p>	المراجع المساندة
الجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلام (SAPRA) : تويتز: @KSA_SAPRA	المصادر الإلكترونية
موقع المقرر على شبكة الانترنت من خلال منصة blackboard يتم من خلاله تسليم الواجبات الكترونيا وطرح أسئلة النقاش و رفع محتوى المقرر بحيث يتاح للطالبة الرجوع للمحاضرات بشكل كام، ونشر الاختبارات القصيرة الإلكترونية، والفيديوهات التعليمية المرتبطة بالمقرر، كما يتم عرض الاعلانات الخاصة بالمقرر وتقديم التغذية الراجعة المباشرة وفق ما يراه أستاذ المقرر	أخرى

