

فهرس المحتويات

❖ إهداء

❖ كلمة شكر

❖ فهرس المحتويات

❖ فهرس الجداول

1	مقدمة عامة
4	الأصول المنهجية للدراسة
5	تحديد الموضوع
7	ضبط إشكالية الدراسة
10	أهمية البحث
11	الدراسات السابقة
12	مصطلحات البحث
16	الفصل الأول "الأساس المفهومي و النظري لإستراتيجيات الاتصال"
17	-تمهيد
18	مبحث 1-الاتصال والمجتمع
18	1-1. مفهوم الاتصال
21	2-1. البعد الاجتماعي للاتصال
23	مبحث 2- مفاهيم إستراتيجية الاتصال
23	1-2. مفهوم الإستراتيجية
27	2-2. تحديد مفهوم إستراتيجية الاتصال
28	3-2. مميزات استعمال إستراتيجية الاتصال
30	2-4. أسس إستراتيجية الاتصال و مراحلها
33	2-5. أنواع إستراتيجية الاتصال
34	2-6. العوامل المؤثرة على استيراثية الاتصال
36	2-7. خصائص الإستراتيجية
38	مبحث 3- الاتصال والمؤسسة
38	3-1. التخطيط للاتصال والمؤسسة

41	2-3. المزيج الاتصالي.....
42	3-3. العوامل المؤثرة في المزيج الاتصالي.
50	4-3. عناصر الاتصال و تأثيراته.....
50	3-4-1. -عناصر الاتصال والنظام.....
51	3-4-2. - نظام الاتصال ومكوناته.....
57	مبحث 4- أشكال الاتصال و وسائله.....
57	4-1. أشكال الاتصال
59	4-2. تقسيمات وسائل الاتصال.....
60	4-3. أساليب الاتصال ووسائله.....
67	مبحث 5- المستويات التي تتأثر بالاتصال.....
67	5-1. -مستوى إدراكي.
67	5-2. مستوى عاطفي.
67	5-3. مستوى سلوكي.
68	- خاتمة.....
69	الفصل الثاني " الأساس المفاهيمي و النظري لسلوك المستهلك"
70	- تمهيد
72	مبحث 1 -تطور حقل دراسة سلوك المستهلك و بعده السوسيوولوجي.....
72	1-1. تطور حقل دراسة سلوك المستهلك.....
73	1-1-1. قصر دورة حياة السلعة.
73	1-1-2. الاهتمامات البيئية.
73	1-1-3. الاهتمامات المتزايدة بحركات حماية المستهلك.....
74	1-1-4. الاهتمامات الحكومية المركزية.....
75	1-1-5. تزايد الخدمات وتنوعها
76	1-1-6. أهمية التسويق للمؤسسات الغير هادفة للربح.....
76	1-2. البعد السوسيوولوجي لمفهوم سلوك المستهلك
77	مبحث 2 -مفاهيم حول سلوك المستهلك وأبعاده.....
79	2-1. أبعاد تفسير سلوك المستهلك.....
79	2-1-1. ديناميكية سلوك المستهلك.
80	2-1-2. التفاعل في سلوك المستهلك.....

80 3-1-2. التبادل في سلوك المستهلك.
81 مبحث 3 -العوامل المشكلة لسلوك المستهلك
81 1-3.العوامل النفسية للفرد.....
81 1-1-3. - الدوافع.
84 2-1-3. - الحاجات.....
85 3-1-3. الإدراك.
87 4-1-3. التعلم.....
91 5-1-3. الشخصية.
92 6-1-3. الاتجاهات.....
95 2-3.العوامل الاجتماعية.....
96 1-2-3. قادة الرأي .
97 2-2-3. الجماعات المرجعة.
89 3-2-3. الأسرة.
99 3-3.العوامل الثقافية.....
99 1-3-3. الثقافة.
103 2-3-3. الثقافة الفرعية.
102 3-3-3. الطبقات الاجتماعية.
108 مبحث 4-قرار الشراء و بعض النماذج المفسرة لسلوك لمستهلك
108 1-4. سلوك المستهلك و قرار الشراء.
110 2-4. المشتركون في قرار الشراء.
111 3-4. بعض النماذج المفسرة لسلوك المستهلك.
114 *الخاتمة.
115 الفصل الثالث "الأطر المنهجية لدراسة سلوك المستهلك".
116 تمهيد.....
117 مبحث 1- مفهوم التسويق
119 مبحث 2-التسويق والتسويق الاجتماعي.....

