

الفهرس:

02.....	مقدمة
02.....	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لإستراتيجية الإتصال في المؤسسة
02.....	تمهيد:
03.....	المبحث الأول: مفاهيم حول استراتيجية الإتصال
03.....	المطلب الأول: مفهوم استراتيجية الإتصال
03.....	تعريف الإستراتيجية.....
05.....	مفهوم الاستراتيجية الإتصالية للمؤسسة.....
07.....	المبادئ الأساسية لإستراتيجية الإتصال.....
08.....	المطلب الثاني: أنواع استراتيجية الإتصال في المؤسسة.....
10.....	المطلب الثالث: أهداف الإستراتيجية الإتصالية في المؤسسة.....
13.....	المبحث الثاني: علاقة الإستراتيجية الإتصالية بالإستراتيجية العامة للمؤسسة.....
13.....	المطلب الأول: مفهوم الاستراتيجية العامة للمؤسسة.....
13.....	المطلب الثاني: علاقة الإستراتيجية الإتصالية بالإستراتيجية العامة للمؤسسة.....
14.....	المبحث الثالث: اعداد استراتيجية الإتصال في المؤسسة.....
14.....	المطلب الأول : الأطر النظرية لتخطيط استراتيجية الإتصال.....
16.....	المطلب الثاني: مراحل إعداد إستراتيجية الاتصال.....
16.....	تحليل الوضعية.....
17.....	التحليل الثنائي.....
17.....	الإستراتيجيات الممكنة.....
20.....	تحديد الخطة الإتصالية.....

24.....	مرحلة متابعة وتقييم الإستراتيجية الإتصالية.....
26.....	أهمية وضع المخطط الإتصالي.....
26.....	المطلب الثالث: معوقات تنفيذ استراتيجية الإتصال في المؤسسة.....
29.....	خلاصة.....
31.....	الفصل الثاني: الإتصالات التسويقية.....
31.....	تمهيد.....
32.....	المبحث الاول: مفاهيم حول الاتصالات التسويقية.....
32.....	المطلب الاول: تعريف الاتصالات التسويقية.....
33.....	المطلب الثاني: أهداف الاتصالات التسويقية.....
34.....	المطلب الثالث: أشكال وسائل الإتصالات التسويقية في الشركات.....
37.....	المبحث الثاني: مراحل اعداد حملة اتصالات تسويقية.....
37.....	المطلب الاول: شروط اعداد حملة اتصالات تسويقية.....
37.....	المطلب الثاني: مراحل اعداد حملة اتصالات تسويقية.....
38.....	المطلب الثالث: معوقات الاتصالات التسويقية.....
39.....	المبحث الثالث: استراتيجية الاتصال التسويقية.....
39.....	المطلب الاول: أنواع إستراتيجية الاتصال التسويقي.....
40.....	المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في استراتيجيات الاتصال التسويقي.....
41.....	خلاصة.....
43.....	الفصل الثالث: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية.....
43.....	تمهيد.....
43.....	المبحث الأول: التعريف بحالات البحث وتنظيم الإتصال بها.....

- 43.....المطلب الأول: تقديم وتنظيم مجمع صيدال
- 43.....تقديم مجمع صيدال
- 44.....تنظيم مجمع صيدال
- 48.....المطلب الثاني: تقديم وتنظيم فرع المضادات الحيوية « ANTIBIOTICOL »
- 51.....المطلب الثالث: تنظيم الإتصال بفرع المضادات الحيوية ANTIBIOTICAL
- 55.....المبحث الثاني: تحليل وضعية الاتصال لفرع المضادات الحيوية
- 55.....المطلب الاول: تحليل وضعية الاتصال الداخلي والخارجي لفرع المضادات الحيوية
- 56.....المطلب الثاني: تحديد فئات الجمهور الخاصة بالإتصال في المؤسسة
- 57.....المطلب الثالث: تحديد أهداف إستراتيجية الإتصال في المؤسسة
- 59.....المبحث الثالث: تحديد وسائل الإتصال في الاستراتيجية ودورها في تحقيق أهداف المؤسسة
- 59.....المطلب الاول: تحديد وسائل الإتصال في الإستراتيجية
- 60.....المطلب الثاني: دور إستراتيجية الإتصال في تحقيق أهداف المؤسسة
- 64.....الخلاصة
- 67.....الخاتمة
- 67.....تمهيد
- 67.....الإستنتاجات
- 68.....اقتراحات تخطيط استراتيجية الإتصال في المؤسسة