

الاتصالات التسويقية المتكاملة

Integrated marketing communications

الاتصالات التسويقية المتكاملة (IMC) هي نهج استراتيجي يهدف إلى توحيد رسائل التسويق عبر القنوات المختلفة لضمان تقديم رسالة متناسقة ومؤثرة للعملاء. تركز المادة على تطوير مهارات الطلاب في التخطيط وتنفيذ حملات تسويقية تجمع بين الإعلان، العلاقات العامة، التسويق المباشر، ووسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأهداف التسويقية.

توصيف المقرر:

"الاتصالات التسويقية المتكاملة" هو مقرر يهدف إلى تقديم فهم شامل لاستراتيجيات وأدوات الاتصال التسويقي المستخدمة لبناء علاقات قوية مع العملاء. يغطي المقرر موضوعات مثل تخطيط حملات الاتصال المتكاملة، إدارة الرسائل التسويقية، اختيار القنوات المناسبة، وقياس فعالية الحملات. كما يركز على دمج التقنيات الرقمية مع وسائل الاتصال التقليدية لتحقيق الاتساق والتأثير المطلوب.

أهداف المقرر:

- تعريف الطلاب بمفهوم الاتصالات التسويقية المتكاملة وأهميتها في تعزيز العلامات التجارية.
- تعليم الطلاب كيفية تصميم وتنفيذ حملات تسويقية متكاملة تحقق الاتساق عبر القنوات المختلفة.
- تمكين الطلاب من اختيار القنوات المناسبة للتواصل مع الجمهور المستهدف.
- تعزيز فهم الطلاب لدور التكنولوجيا الرقمية في الاتصالات التسويقية.
- تعليم كيفية قياس أداء الحملات التسويقية وتحديد العائد على الاستثمار (ROI).

المخرجات المتوقعة:

بنهاية هذا المقرر، من المتوقع أن يكون الطالب قادرًا على:

- فهم أساسيات الاتصالات التسويقية المتكاملة وكيفية تطبيقها في السوق.
- تصميم حملات تسويقية متكاملة تجمع بين القنوات التقليدية والرقمية بشكل متناسق.
- اختيار الرسائل والقنوات المناسبة للتواصل مع الفئات المستهدفة بفعالية.
- إدارة الحملات التسويقية المتكاملة لتحقيق الأهداف التجارية والمؤسسية.
- تقييم أداء الحملات التسويقية وتحديد نقاط القوة والضعف لتحسينها.
- استخدام أدوات التحليل لقياس فعالية استراتيجيات الاتصال التسويقي وتعزيز تأثيرها.