

تسويق المعلومات وخدمات المعلومات

INFORMATION MARKETING

الأستاذ الدكتور

رجحي مصطفى عليان

أستاذ تسويق المعلومات

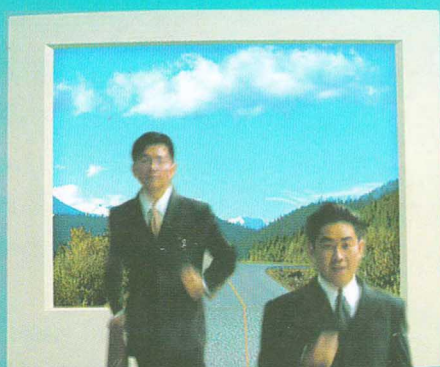
جامعة البلقاء التطبيقية - جامعة الزرقاء الخاصة

الجامعة الأردنية

الدكتورة

إيمان فاضل السامرائي

جامعة قطر



المحتويات

الفصل الأول

تسويق المعلومات (مفاهيم أساسية)

- مفهوم التسويق 15
- مفهوم المعلومات 24
- مفهوم تسويق المعلومات 39
- أهمية تسويق المعلومات 42
- تطور مفهوم التسويق 45
- تطور مفهوم تسويق المعلومات 50
- وظائف التسويق 52

الفصل الثاني

بيئة تسويق المعلومات

- 1- البيئة الخارجية للتسويق 58
- 2- البيئة الداخلية للتسويق 65
- 3- تحليل البيئة التسويقية 67

الفصل الثالث

التسويق في المؤسسات المعلوماتية

- علاقة المكتبات ومراكز المعلومات بالتسويق 75

المحتويات

الفصل الأول

تسويق المعلومات (مفاهيم أساسية)

- مفهوم التسويق 15
- مفهوم المعلومات 24
- مفهوم تسويق المعلومات 39
- أهمية تسويق المعلومات 42
- تطور مفهوم التسويق 45
- تطور مفهوم تسويق المعلومات 50
- وظائف التسويق 52

الفصل الثاني

بيئة تسويق المعلومات

- 1- البيئة الخارجية للتسويق 58
- 2- البيئة الداخلية للتسويق 65
- 3- تحليل البيئة التسويقية 67

الفصل الثالث

التسويق في المؤسسات المعلوماتية

- علاقة المكتبات ومراكز المعلومات بالتسويق 75

- فكرة التسويق في المكتبات ومؤسسات المعلومات 75
- المعلومات كسلعة 79
- المخاطر التي تتعرض لها المعلومات كسلعة 81
- علاقة التسويق بالمعلومات 82
- تسويق المعلومات في بيئة المكتبات 86
- صفات المكتبي الناجح في التسويق 97
- الصفات الشخصية لأخصائي التسويق 99

الفصل الرابع

تسويق الخدمات في المؤسسات المعلوماتية

- مفهوم الخدمة 119
- أهمية التسويق لخدمات المكتبات والمعلومات 130
- الجهود والاتجاهات العالمية للتسويق في المكتبات والمعلومات 133
- أهداف تسويق المعلومات ومنافعه 135
- التسويق في بيئة المكتبات والمعلومات 137
- ماذا يمكن أن نسوق في مجال المعلومات 144
- المزيج التسويقي للخدمات 147
- أساليب لتسويق المكتبات وخدماتها 156
- مؤسسات تسويق المعلومات: Dialog نموذجاً 169

الفصل الخامس

تجزئة السوق المستهدفة والمزيج التسويقي

- تجزئة السوق 185
- المزيج التسويقي 185

199	أولاً: المنتج
211	ثانياً: السعر
220	ثالثاً: الترويج / المزيج الترويجي
233	- الترويج كنظام اتصال
230	رابعاً: المكان / التوزيع

الفصل السادس

استراتيجية تسويق المعلومات

241	- تحديد الفرص التسويقية
244	- دراسات السوق
248	- تحليل مقياس SWOT
258	- الخطة الاستراتيجية والتخطيط لها
259	- خطوات التخطيط الاستراتيجي
262	- تسويق المعلومات في عصر تكنولوجيا المعلومات
264	- خطة وآلية تسويق المعلومات والمكتبات

الفصل السابع

العلاقات العامة في خدمة العملية التسويقية

275	- مقدمة عامة
277	- مفهوم العلاقات العامة
279	- أهمية العلاقات العامة
280	- أهداف ووظائف العلاقات العامة
284	- التخطيط للعلاقات العامة

- تنظيم العلاقات العامة 286
- جمهور العلاقات العامة 287
- موظف العلاقات العامة الناجح 290
- أنشطة العلاقات العامة ووسائلها 293
- أخلاقيات العلاقات العامة 297

الفصل الثامن

التسويق عبر الإنترنت

- الإنترنت والتسويق 305
- خصائص التسويق عبر الإنترنت 308
- الإعلان عبر الإنترنت 312
- التجارة الالكترونية 315
- الشراء الالكتروني 315
- نصائح للشراء الالكتروني عبر الإنترنت 319
- تقييم المواقع عبر الإنترنت 320
- مواقع مختارة للتسوق عبر الإنترنت 327

الفصل التاسع

بحوث التسويق ونظام المعلومات التسويقي

- مقدمة عامة 335
- تعريف بحوث التسويق 338
- مجالات بحوث التسويق 342
- خطوات بحوث التسويق 346

- طرق جمع المعلومات في بحوث التسويق 353
- العينات في بحوث التسويق 356
- مناهج وأساليب بحوث التسويق 358
- عرض البيانات وتحليلها في بحوث التسويق 360
- التقرير النهائي لبحوث التسويق 361
- أخلاقيات البحث التسويقي 365
- نظام المعلومات التسويقي 369
- ❖ قائمة المصادر العربية 379
- ❖ قائمة المصادر الأجنبية 382