المكتبة الإعلامية

الإعلام والمجتمع

أ.د. منى سعيد الحديدى
أ.د. سلوى إمام على

الدار المصرية اللبنانية

Preview sample - page 1 of 3 - Soran University Academic Digital Library

فهرس المحتويات

مقـــــدمة ١٣

الفصل الأول: التسويق الاجتماعى ١٥

- تمهيد ١٥
- تعريف مفهوم التسويق الاجتماعى ١٦
- الفرق بين التسويق الاجتماعى والتسويق التجارى ٢٧
- حملات التغيير الاجتماعى . . أنواعها ٣١
- حملات التغيير الاجتماعى . . عوامل نجاحها وفشلها ٣٦
- التسويق الاجتماعى . . نماذج تطبيقية على بعض القضايا المجتمعية ٥٣
- الخلاصة ٦٣

الفصل الثانى: عمليات التأثير والإقناع ٦٧

- تمهيد ٦٧
- طبيعة العملية الإقناعية ٦٨
- التعديلات السلوكية الناتجة عن الاتصال الإقناعى ٧١
- الإقناع وعناصر العملية الاتصالية ٧٤
- المصدر (المرسل) ٧٥
- استراتيجيات الرسالة الإقناعية ٨٢
- القدرات الإقناعية لوسائل الإعلام ٩٠
- الجمهور والقابلية للاقتناع ٩٣
- الخلاصة ١١٤

الفصل الثالث: الأفكار المستحدثة.. عوامل انتشارها وتبنيها ١١٧

- تمهيد ١١٧
- تعريف مفهوم الانتشار ومفهوم الفكرة المستحدثة ١١٨
- خصائص الفكرة المستحدثة ١١٩

Preview sample - page 2 of 3 - Soran University Academic Digital Library

- وظائف وسائل الإعلام لنشر الأفكار المستحدثة ١٢٠
- الاتصال الشخصى ونشر الأفكار المستحدثة ١٢٢
- النسق الاجتماعى وعلاقته بنشر الأفكار المستحدثة ١٢٧
- عملية تبنى الأفكار المستحدثة واتخاذ القرارات ١٣٠
- العناصر الأساسية لعملية الدعوة لكسب التأييد ١٣٨
- دراسة حالة الدعوة لكسب التأييد فى مجالى الصحة الإنجابية والسكان ... ١٤١
- الخلاصة ١٥٥

الفصل الرابع: الإعلام المحلى وقضايا المجتمع ١٥٩

- تمهيد ١٥٩
- الإذاعات المحلية . . المفهوم والأهمية ١٦٠
- أسباب انتشار الإذاعات المحلية ١٦٣
- التخطيط للإذاعات المحلية ١٦٧
- الإذاعات المحلية المصرية وقضايا التنمية ١٧٠
- التليفزيون المحلى المصرى وقضايا التنمية ١٧٤
- أهداف الإذاعات والقنوات التليفزيونية المحلية ١٧٧
- الخلاصة ١٨٧

الفصل الخامس: برامج الطوائف فى الراديو والتليفزيون وقضايا التنمية ١٩١

- تمهيد ١٩١
- الراديو والتليفزيون والأطفال ١٩٢
- الراديو والتليفزيون والشباب ٢٠٧
- الراديو والتليفزيون والمرأة ٢١٩
- الخلاصة ٢٣٦
- خاتمة الكتاب ٢٤١
- الملحق ٢٤٩
- الخلاصة ٢٥٤

Preview sample - page 3 of 3 - Soran University Academic Digital Library