

## شكر و عرفان

الحمد لله الاول بلا ابتداء ... والآخر بلا انتهاء والذال علي بقائه ... والصلاة والسلام علي من لا نبي بعده... ونتقدم بالشكر لتلك الواحة الوارفة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا متمثلة في كل الاساتذة الأجلاء... ولو لا هم لما استطعنا أن نقف تلك الوقفة علي المعلومات وذلك لحثهم علي العلم والعمل ... والأخذ بالأمل... فكانت بحثنا المتواضع.. ونرجو من الله ان نكون قد بلغنا مقصدنا.

كما يسعدنا ان نتقدم بخالص الشكر والتقدير لاستاذنا الجليل الأستاذ عادل عيسى الذي اشرف علينا في أعداد هذا البحث بدون كلل او ملل باذلا جل وقتة الثمين لخدمة العلم والطلاب...

كما يسرنا بان نتقدم بالشكر والعرفان الي جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية الدراسات التجارية - قسم ادارة الأعمال..

كذلك نخص بالشكر كل من ساهم معنا في اكمال هذا البحث منذ ان كان فكرة الي ان وصل لصورتة هذه ..

# اهداء

الي كل ذرمن تراب الوطن الغالي مبللة بعرق الطيبين المحبين .. تنبت من بين  
الوجدان الصادق أزهارا تفوح طيبا مسكوبا من عبير رواد أصدقائي الذين  
طوعوا الحرف للبلد العزيز...

كما نهدي هذا البحث لوالدينا الذين كابدوا المشاق معنا حتى اولونا الي هذه  
المرتبة , والاهداء موصول الي جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ونخص بالذكر  
أساتذة كلية الدراسات التجارية قسم ادارة الاعمال الاجلاء الذين نهلنا من فيض  
علومهم وعذب معارفهم .

كما لا ننسى ايضا الاستاذ | عادل عيسى الذي كان خير عون لنا بالتوجيه  
والنصح والارشاد فجزاه الله عنا كل خير .

## الباحثون :-

عثمان محمد عثمان محمد

أبوبكر عوض تابر ارناؤوط

حذيفة الفكي أحمد الفكي

أحمد محمد جبارة محمد

عبدالرحمن الصديق محمد علي

## مستخلص البحث

يهدف هذا البحث الي معرفة دور الاتصالات التسويقية في دعم السلوك الشرائي للمستهلك في المنظماتى الانتاجية.

وللوصول الي ذلك تم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي الذي يناسب موضوع البحث . وتمت الدراسة في خمسة فصول , الفصل الاول يشتمل علي اساسيات البحث(خطة البحث).

أما الفصل الثاني فقج احتوى علي الأطار النظري ويشتمل علي ثلاثة مباحث, المبحث الاول تناول الاتصالات التسويقية , المفهوم , عملية الاتصال , التعريف , انواع الاتصال , عناصر الاتصال. أما المبحث الثاني فقد تناول سلوك المستهلك , العوامل المؤثر علي سلوك المستهلك , تأثير الطبقات الاجتماعية علي السلوك الاستهلاكي , الاهمية و طرق دراسة سلوك المستهلك. أما البحث الثالث فقد تناول عملية اتخاذ القرار , المفهوم , النظرة التحليلية لعملية اتخاذ القرار , نموذج مك كارثي وبيرولت.

أما الفصل الثالث فقد تناولت الدراسات السابقة.

أما الفصل الرابع فقج تناول تحليل الاستبانة وعرض النتائج التي توصل اليها من خلال الدراسة الميدانية.

أما الفصل الخامس تناول النتائج والتوصيات والمقترحات.

## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
	البسمة
أ	الإستهلال
ب	الإهداء
ج	الشكر والعرفان
د	مستخلص البحث
هـ	قائمة المحتويات
<b>الفصل الاول</b>	
1	مشكلة البحث
1	أهمية البحث
<b>الفصل الثاني</b>	
<b>المبحث الاول: الإتصالات التسويقية</b>	
3	الإتصالات التسويقية
<b>المبحث الثاني: سلوك المستهلك.</b>	
26	سلوك المستهلك
<b>المبحث الثالث: إتخاذ القرار الشرائي</b>	
37	فهوم القرار الشرائي
<b>الفصل الثالث</b>	
39	الدراسات السابقة
<b>الفصل الرابع</b>	
43	الإستبيان والتحليل وعرض البيانات
<b>الفصل الخامس</b>	
74	النتائج والتوصيات
76	المراجع