

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة والدراسات السابقة

- المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث .
- المبحث الثاني : الدراسات السابقة .

# الفصل الثاني

## الإطار النظري للترويج من مفهوم وأهمية وعناصر وإستراتيجيات

**المبحث الأول : مفهوم وأهمية واهداف ووظائف  
الترويج .**

**المبحث الثاني : عناصر المزيج الترويجي وجوة تصميم  
الرسالة الاعلامية.**

**المبحث الثالث : استراتيجيات الترويج والعوامل المؤثر  
في صياغتها.**

## **الفصل الثالث**

**نبذه عن تاريخ شركة شيكان والتغطيات التي تقدمها وبعض أهم المفاهيم التأمينية**

**المبحث الأول : نبذه تاريخية عن شركة شيكان للتأمين وإعادة التأمين.**

**المبحث الثانى : أهم مفاهيم التأمين والتغطيات التي تقدمها شركة شيكان .**

**المبحث الثالث : العلاقة بين زيادة حجم المبيعات والإنفاق الترويجي.**

# الفصل الرابع

## الدراسة الميدانية

المبحث الأول: مجتمع الدراسة وخصائصه وطريقة اختياره .

المبحث الثاني : تحليل البيانات وإختبار الفرضيات.

المبحث الثالث : النتائج والتوصيات .

# المراجع

الملاحق