تلخص هذه الدراسة دور الاتصال في عالم الأعمال، مُشددةً على أهميته في التواصل مع العملاء، والموزعين، وأصحاب المصلحة. يتناول النص تعريفات مُختلفة للاتصال التجاري، مُسلّطاً الضوء على دورّه في بناء هوية العلامة التجارية وتعزيز المبيعات. كما يُناقش التغيرات التي طرأت على سلوك المستهلك مع ظهور تقنيات المعلومات والاتصالات، وكيف أدى ذلك إلى زيادةٍ في الرسائل التجارية وزيادة إرهاق المستهلك. يُغطي النص أشكالًا مختلفة من الاتصال، مثل الإعلان، والتسويق التجريبي، والتسويق عبر الإنترنت، والعلاقات العامة، مُستعرضًا استراتيجية علامة GAP التجارية كمثال. أخيرًا، يُقدم النص نماذج مختلفة لعملية الاتصال، مُشرحًا عمليات الإدراك والتأثير، بالإضافة إلى نماذج هرمية للاستجابة.

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي