

مبانی تبلیغات

تالیف

فرحناز مصطفوی کهنگی

تب

سرشناسه :	مصطفوی کهنگی، فرحناز، ۱۳۵۴
عنوان و نام پدیدآور :	مبانی تبلیغات / تالیف فرحناز مصطفوی کهنگی
مشخصات نشر :	تهران: تایماز، ۱۳۹۱
مشخصات ظاهری :	۱۳۶ص: مصور جدول
شابک :	۹۷۸-۶۰۰-۶۷۷۶-۱۰-۱
وضعیت فهرست نویسی :	فیبیا
یادداشت :	کتابنامه: ص ۱۲۲- [۱۲۶]
موضوع :	تبلیغات
موضوع :	آگهی های تبلیغاتی
موضوع :	بازاریابی
رده بندی کنگره :	۱۳۹۱ م ۶/م ۱۳۳۱ HM
رده بندی دیویی :	۳۰۳/۲۷۵
شماره کتابشناسی ملی :	۱۹۳۳۴۲۴

انتشارات تایماز

مبانی تبلیغات

ناشر :	تایماز
مولف :	فرحناز مصطفوی کهنگی
حروفچینی :	هانی توانایان فرد
طراحی روی جلد :	فاطمه عبدالله پور هریس
مدیر اجرایی :	محمد علی علوی
نوبت چاپ :	اول ۱۳۹۱
چاپ و صحافی :	چاپ و طرح امروز
شمارگان :	۳۰۰
قیمت :	۶۰۰۰ ریال
شابک :	۹۷۸-۶۰۰-۶۷۷۶-۱۰-۱

حق چاپ محفوظ و متعلق به انتشارات تایماز می باشد .



آدرس: تهران - خیابان کارگر جنوبی - ابتدای خیابان روانمهر - پلاک ۱۵۸ - ط ۳ صندوق پستی: تهران ۶۴۸-۱۳۱۴۵
تلفن: ۶۶۴۰-۲۷۴۴-۶۶۴۰-۶۶۴۲۴۲۵-۲۱-۰۹۱۹۸۲۴۹۴۴۲ موبایل: ایمیل: taymazpub@yahoo.com

پیشگفتار

تبلیغات یکی از ابزارهای مهم ارتباطی در کسب و کار است. موفقیت و عدم موفقیت بسیاری از افراد، سازمان‌ها و شرکت‌ها در کیفیت فعالیت‌های تبلیغاتی آن‌ها نهفته شده است. بدیهی است استمرار، توسعه، فروش کالا و خدمات زمانی سیر می‌گردد که مشتری نکات و اجزای مطرح شده در طرح تبلیغاتی را لمس کرده و به آن باور داشته باشند.

بدین ترتیب می‌توان نتیجه گرفت که تبلیغ راهی به‌سوی مشتری باز می‌کند و پیامی را به مخاطب خود می‌رساند و بقیه راه را به عوامل دیگر مرتبط می‌شود حال این حرکت اگر آمیخته با روانشناسی مشتری، هنر و سلیقه، محتوای مناسب و شرایط مؤثر دیگر همراه شود قطعاً اثرگذار خواهد بود.

از این‌رو نگارنده تلاش نموده است با ارائه مباحثی در خصوص تبلیغات، انوان تبلیغات، تبلیغات سنتی و مدرن ویژگی اثرگذار در این ابزار ارتباطی را در زندگی بشر امروز توضیح می‌دهد.

بر این اساس در فصل اول: موضوع چيستی تبلیغات، تاریخچه تبلیغات، نقش و اهمیت آن، تاریخچه تبلیغات در ایران و وسایل تبلیغاتی بررسی می‌شود.

فصل دوم: به عناصر تبلیغ، رابطه بین تبلیغات و ارتباطات، جایگاه تبلیغات در روابط عمومی و رسانه‌ها و تبلیغات مورد ارزیابی قرار گرفته است.

فصل سوم: به انواع تبلیغات تجاری، شبکه‌ها و روش‌های تبلیغاتی، اهداف و روش‌های تبلیغاتی اختصاص یافته است.

فصل چهارم: پیدایش هنر تبلیغات دیواری، عناصر تصویری اعلان، طرز نصب و محل اعلان، تاریخچه اعلان در جهان و تاریخچه اعلان در ایران مورد بررسی قرار گرفته است.

فصل پنجم: ابزار و عناصر تبلیغات مدرن، شیوه‌ها و اشکال تبلیغات مدرن تبلیغات اینترنتی بررسی می‌گردد.

لازم می‌دانم مراتب تشکر و قدردانی را از همه مولفان و مترجمان منافع و مأخذ مورد استفاده در این کتاب ابزار داشته و برای همه آنان که «می‌شناسمشان» توفیق روزافزون طلب می‌نمایم.

چاپ این کتاب مرهون حمایت، همفکری و کمک دانشجویان گرامیم در رشته هنر دانشگاه آزاد اسلامی واحد قیام‌دشت که صفحات کتاب را مناسب‌ترین جا برای سپاسگزاری از آن‌ها می‌دانم.

و صمیمانه سپاسگزاری و قدردانی دارم از تماس افرادی که در چاپ این اثر صرا یاری کردند و در پاسخ به همه محبت‌ها و کمک‌های بی‌دریغشان می‌گویم. اجرکم عندالله
فرحناز مصطفوی

پاییز ۱۳۹۱

فهرست

فصل اول: کلیات.....	۹
تعاریف تبلیغات.....	۱۱
تبلیغ چیست؟ واژه تبلیغ.....	۱۲
تاریخچه تبلیغات.....	۱۵
نقش و اهمیت تبلیغات.....	۱۷
الف: ابزار ترویج.....	۱۷
ب: کارکرد تبلیغات.....	۱۸
تاریخچه تبلیغات در ایران.....	۲۱
وسایل تبلیغاتی.....	۲۲
فصل دوم: ارتباطات و تبلیغات.....	۳۱
مقدمه.....	۳۳
عناصر تبلیغ.....	۳۳
رابطه بین تبلیغات و ارتباطات.....	۳۶
جایگاه تبلیغات در روابط عمومی.....	۴۰
رسانه‌ها و تبلیغات.....	۴۲
الف: اهمیت رسانه‌ها در جوامع معاصر.....	۴۲
ب: آثار رسانه‌ها.....	۴۲
ج: رسانه‌ها و تبلیغات.....	۴۳
فصل سوم:.....	۴۵
انواع تبلیغات تجاری.....	۴۷
الف) انواع تبلیغات تجاری بر مبنای هدف تبلیغات.....	۴۸
ب) انواع تبلیغات تجاری بر مبنای محتوای تبلیغ.....	۵۰

۵۱.....	ج) انواع تبلیغات تجاری بر مبنای شیوه ارسال
۵۳.....	سبک‌ها و روش‌های تبلیغاتی
۵۳.....	الف: سبک‌های تبلیغاتی در کشورها
۵۵.....	ب) سبک‌های هنری و ادبی در تبلیغ
۵۷.....	اهداف و روش‌های تبلیغات
۵۷.....	الف: تبلیغات آگاه‌کننده (اطلاع دادن)
۵۷.....	ب: تبلیغات متقاعدکننده
۵۷.....	ج: تبلیغات مقایسه‌ای
۵۷.....	د: تبلیغات یادآوری‌کننده
۵۷.....	ه: تبلیغات تقویت‌کننده
۶۰.....	مزایای نوشتن اهداف تبلیغات
۶۳.....	فصل چهارم: تاریخچه هنر تبلیغات دیواری
۶۵.....	پیدایش هنر تبلیغات دیواری
۹۳.....	عناصر تصویری اعلان
۹۴.....	۱- آگاهی‌های آکادمیکی
۹۴.....	۲- شناخت و تسلط بر فرهنگ محیط
۹۶.....	طرز نصب و محل اعلان
۹۷.....	تاریخچه اعلان در جهان
۹۹.....	تاریخچه اعلان در ایران
۱۰۱.....	فصل پنجم: تبلیغات مدرن
۱۰۳.....	ابزار و عناصر تبلیغات مدرن
۱۰۳.....	تبلیغات سنتی و تبلیغات نوین
۱۰۶.....	ابزار تبلیغات مدرن

شیوه‌ها و اشکال تبلیغات مدرن	۱۰۹
اشکال تبلیغات مدرن	۱۰۹
ویژگی‌های تبلیغات مدرن	۱۱۲
شیوه‌های تبلیغات مدرن	۱۱۳
تبلیغات اینترنتی	۱۱۴
تاریخچه تبلیغات اینترنتی	۱۱۴
اشکال و انواع تبلیغات اینترنتی	۱۱۵
مزیت‌های تبلیغات اینترنتی	۱۱۷
منابع	۱۲۳