

اصول تبلیغات

دکتر فرحناز مصطفوی کهنکی

(استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور تهران)

ویراستار ادبی

نجمه رحیمزاده



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

- سرشناسه : مصطفوی کهنگی، فرحناز، ۱۳۵۴ -
- عنوان و نام پدیدآور : اصول تبلیغات/فرحناز مصطفوی کهنگی ؛ ویراستار ادبی نجمه رحیم زاده.
- مشخصات نشر : خراسان رضوی: انتشارات جالیز، ۱۴۰۰.
- مشخصات ظاهری : ۱۵۸ص.
- شابک : 978-622-263-562-6
- وضعیت فهرست نویسی : فیفا
- یادداشت : کتابنامه: ص. ۱۵۷ - ۱۵۸.
- موضوع : تبلیغات
- موضوع : Propaganda
- شناسه افزوده : رحیم زاده، نجمه، ۱۳۵۸ - ویراستار
- رده بندی کنگره : ۲۳۰/۱/۱۱
- رده بندی دیویی : ۳۷۵/۳۰۳
- شماره کتابشناسی ملی : ۸۴۴۱۱۳۶
- اطلاعات رکورد کتابشناسی : فیفا



اصول تبلیغات
فرحناز مصطفوی کهنگی
ویراستار ادبی: نجمه رحیم زاده
ناشر: انتشارات جالیز
چاپ: اول، تابستان ۱۴۰۰ / ۱۰۰۰ نسخه
قطع: وزیری / تعداد صفحه: ۱۵۸
قیمت: ۵۵۰۰۰۰ ریال
شابک: ۶-۵۶۲-۲۶۳-۶۲۲-۹۷۸
طراح جلد: صالح مقدم
صفحه آرائی: زهرا مهدیزاده

حق چاپ محفوظ است

آدرس: مشهد بلوار شهید رضوی روبروی درب دانشکده روانشناسی دانشگاه فردوسی
تلفن تماس: ۰۹۱۵۹۳۰۹۹۶۳-۰۹۱۵۸۳۱۹۵۳۵-۰۵۱۳۸۷۹۵۲۸۸

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 است بدیهی است استمرار توسعه فروش کالا و خدمات زمانی میسر می‌گردد که مشتری نکات و اجزای مطرح‌شده در طرح تبلیغاتی را لمس کرده و آن را باور داشته باشد بدین ترتیب می‌توان نتیجه گرفت که تبلیغ راهی به سوی 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 و هنر و سلیقه محتوای مناسب و شرایط مؤثر دیگر همراه شود قطعاً اثرگذار خواهد بود از این رو نگارنده تلاش نموده است با ارائه مباحثی در خصوص تبلیغات انواع تبلیغات سنتی و مدرن ویژگی‌های اثرگذار در این ابزار ارتباطی را در زندگی بشر امروز توضیح دهد این اساس در

➤ فصل اول موضوع چیست 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 رسانه‌ها و تبلیغات مورد ارزیابی قرار می‌گیرد

➤ فصل سوم به انواع تبلیغات تجاری سبک‌ها 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 و تبلیغات اینترنتی بررسی می‌گردد

فهرست مطالب

فصل اول: کلیات

۱۲	تبلیغات
۱۴	تبلیغ چیست؟
۱۷	تاریخچه تبلیغات در ایران
۱۹	طرح‌های تبلیغاتی در روزنامه‌ها و مجلات
۲۰	بررسی‌های تبلیغاتی در کشور
۲۲	رشد مؤسسات تبلیغاتی و تنوع روش‌های تبلیغاتی
۲۳	گسترش تبلیغات خدمات عمومی
۲۴	نقش و اهمیت تبلیغات
۲۸	وسایل تبلیغاتی

فصل دوم: ارتباطات و تبلیغات

۳۸	مقدمه
۳۸	عناصر تبلیغ
۴۱	تبلیغات و ارتباطات
۴۶	تبلیغات و روابط عمومی
۴۸	رسانه‌ها و تبلیغات

فصل سوم: انواع تبلیغات

۵۲	نوع بندی تبلیغات
۵۵	تبلیغات سیاسی
۵۶	انواع پروپاگاندا شامل
۶۰	تبلیغات تجاری
۶۱	تبلیغ سفید
۶۱	تبلیغ سیاه
۶۱	تبلیغ خاکستری
۶۴	سبک‌ها و روش‌های تبلیغاتی

۷۷	سبک‌های تبلیغاتی کشورها
۷۷	اهداف تبلیغات
۷۸	اهمیت هدف‌گذاری
۷۹	فرایندهای هدف‌گذاری
۸۳	اهداف تبلیغات
۸۴	تبلیغات آگاه‌کننده و اطلاع‌دهنده:
۸۵	تبلیغات ترغیب‌کننده:
۸۶	تبلیغات مقایسه‌ای
۸۷	تبلیغات یادآوری‌کننده

فصل چهارم: تاریخچه هنر تبلیغات دیواری

۹۴	پیدایش هنر تبلیغات دیواری
۱۲۳	عناصر تصویری اعلان
۱۲۶	طرز نصب و محل اعلان
۱۲۷	تاریخچه اعلان در جهان
۱۳۴	تبلیغات سنتی و تبلیغات نوین
۱۴۰	شیوه‌ها و اشکال تبلیغات مدرن
۱۴۰	اشکال تبلیغات مدرن
۱۴۶	تبلیغات اینترنتی
۱۴۶	تاریخچه تبلیغات اینترنتی
۱۴۷	اشکال و انواع تبلیغات اینترنتی
۱۵۷	منابع