

إدارة العمليات الإعلانية

الدكتور بشير العلاق



المحتويات

الموضوع	الصفحة
توطئة	5
المحتويات	7
الفصل الأول: مدخل إلى الإدارة	11
تقديم	13
مفاهيم الإدارة	15
تعريفات أخرى للإدارة	18
أهمية الإدارة (الحاجة إلى الإدارة)	20
الإدارة بين العلم والفن	23
عناصر العملية الإدارية	27
شمولية الإدارة	34
عمومية الإدارة	35
مجالات الإدارة	36
مقارنة بين الإدارة العامة وإدارة الأعمال	37
علاقة الإدارة بالعلوم الأخرى	42
مبادئ الإدارة	47
تأثير البيئة على الإدارة	55
القيم والأخلاقيات الإدارية	57
المسؤولية الاجتماعية للإدارة	59

63	الفصل الثاني: إدارة الإعلان
65	تقديم:
66	مقدمة حول إدارة الإعلان:
68	وظائف إدارة الإعلان:
72	تنظيم إدارة الإعلان:
81	وكالات الإعلان
81	تعريف وكالة الإعلان
82	تنظيم وكالة الإعلان
84	الخدمات التي تقدمها الوكالة لعملائها من المعلنين
85	وظائف وكالة الإعلان
91	أنواع وكالات الإعلان
95	مصادر إيراد الوكالة الإعلانية
96	الاعتراف بوكالة الإعلان
98	مبررات الاعتماد على وكالات الإعلان
103	أسئلة للمناقشة
111	الفصل الثالث: تخطيط الحملات الإعلانية
113	تقديم
113	تعريف الحملة الإعلانية
114	الخطوات الأساسية لتخطيط الحملة الإعلانية
115	أولاً: تقييم الفرصة الإعلانية:
117	ثانياً: تحليل السوق:
119	ثالثاً: تحديد أهداف الإعلان:
121	رابعاً: وضع ميزانية الإعلان:

122	أبرز العوامل المؤثرة في تحديد مخصصات الإعلان
125	طرق تحديد مخصصات الإعلان
128	الخطوات المترتبة على قرار اختيار وسائل الإعلان
131	تكوين الرسائل الإعلانية
134	تقييم واختيار الرسالة الإعلانية
137	دورة تخطيط الإعلان:
139	أسئلة للمناقشة
147	الفصل الرابع: إدارة وسائل الإعلان والرقابة عليها
149	تقديم
150	تعريف وسيلة الإعلان
150	تطوير خطة الوسيلة
151	أهداف الوسيلة:
170	أنواع الوسائل الإعلانية
205	أسئلة المناقشة
213	المراجع
213	أولاً: المراجع العربية
215	ثانياً: المراجع الأجنبية: