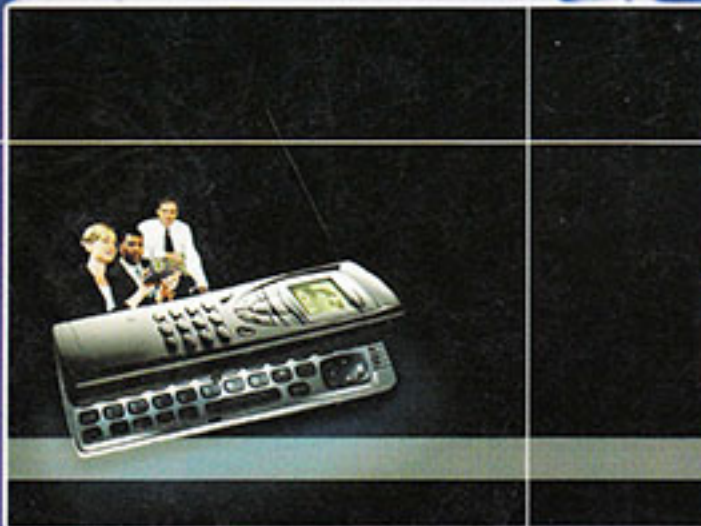


الدكتور محمد محمود مصطفى

الإعلان الفعّال

تجارب محلية ودولية



المحتويات

11 المقدمة

الفصل الأول

الإعلان .. المفاهيم والأبعاد

15 ما الإعلان؟

19 طرق تصنيف الإعلان

19 تصنيف الإعلان حسب الجمهور المستهدف

22 تصنيف الإعلان حسب الهدف من الإعلان

27 تصنيف الإعلان حسب المنطقة الجغرافية

28 تصنيف الإعلان حسب الوسيط الإعلاني

30 تصنيف الإعلان حسب الغرض منه

31 كيف يستجيب المستهلك للإعلان

33 الاستجابة التقييمية للإعلان

34 صناعة الإعلان

الفصل الثاني

الآثار الاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية للإعلان

43 الآثار الاقتصادية للإعلان

45 التأثير على قيمة المنتجات

46 التأثير على الأسعار

48 التأثير على المنافسة

49	التأثير على طلب المستهلك
49	التأثير على اختيار المستهلك
51	التأثير على الدورة الاقتصادية
51	الانتقاءات الاجتماعية للإعلان
51	هل يحطّ الإعلان من قدر اللغة؟
55	هل يجعلنا الإعلان ماديين؟
56	هل يجعلنا الإعلان نشري ما لا نحتاجه؟
59	هل هناك إفراط في الإعلان؟
60	هل يتسم الإعلان بانحطاط الذوق؟
63	هل يعمل الإعلان على ترسيخ الأنماط التقليدية؟
68	هل يعدّ الإعلان مضرّاً؟
69	المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للإعلان
73	الإعلان المتصل بقضايا المجتمع
78	الإعلان الأخضر

الفصل الثالث

بحوث الإعلان

83	تمهيد
84	ما المقصود ببحوث الإعلان؟
87	بحوث استراتيجية الإعلان
88	مفهوم المنتج
90	اختيار الجمهور المستهدف
92	اختيار الوسيط الاعلاني
92	اختيار الرسالة الاعلانية

93	تطوير المفاهيم الإبداعية
95	الاختبارات المبدئية والبعديّة
96	الطرق الأساسية لاختبار الإعلان
96	طرق الاختبارات المبدئية
97	طرق الاختبارات البعديّة

الفصل الرابع وسائل الإعلان

101	تمهيد
101	الصحف
103	التلفزيون
107	الإذاعة
109	المجلات
110	وسائل الإعلان الخارجية (الملصقات واللافتات)
113	الإعلانات المتحركة
116	البريد المباشر
117	الإعلان في نقط الشراء

الفصل الخامس الإعلان عن الخدمات

121	تمهيد
124	خصائص الخدمات ذات الأهمية بالنسبة للإعلان
124	النواحي غير الملموسة والتجسيد المادي
126	عدم قابلية الخدمة للانفصال عن مقدمها

127	عدم التجانس
128	تتسم الخدمة بأنها تتابع متلاحق للأحداث

الفصل السادس الإعلان الدولي

133	تمهيد
133	أهمية الأسواق الدولية
137	البيئة التسويقية الدولية
140	البيئة السكانية
140	البيئة الثقافية
150	البيئة السياسية والقانونية
155	فوائد التسويق والإعلان العالمي
157	مشاكل الإعلان العالمي
161	متى تكون العولة مناسبة؟
163	منتجات عالمية وإعلانات محلية
167	بحوث الإعلان

الملاحق والمراجع والصور

175	الملاحق
191	المراجع
193	الصور