

# الإعلان

دكتور / أحمد محمد المصري

أستاذ إدارة الأعمال المساعد - جامعة الأزهر  
جامعة الإمارات العربية المتحدة سابقاً



مؤسسة شباب الجامعة

أشارع الدكتور مصطفى مشرفة

قليباتكس، ٤٨٢٦٤٧٢، إسكندرية

٢٠٠٦

عادل السماوي

# محتويات الكتاب

صفحة

مقدمة : .....

## الفصل الاول : مفهوم وأهمية الاعلان

- ١ - مفهوم الاعلان .....
- ٢ - النظرة القديمة للاعلان .....
- ٣ - الاعلان الشفهي .....
- ٤ - أهمية الاعلان للمنتج أو المستصنع .....
- ٥ - أهمية الاعلان للموزع .....
- ٦ - أهمية الاعلان للمستهلك أو المنتفع ، أو الباحث ..
- عن الفرصة .....
- ٧ - الاعلان في مصر في السنوات الاخيرة .. ..

## الفصل الثاني : دور الاعلان في تنمية الانشطة

- التجارية والخدمية .....
- ١ - الدور الذي يلعبه الاعلان في الأنشطة المختلفة ..
- ٢ - ادخال السلع الى السوق .. ..
- ٣ - تعريف الجمهور بمزايا السلعة وجودة الخدمة ..
- ٤ - ترويج السلع والخدمات باثارة البواعث  
لدى الجمهور .. ..
- ٥ - زيادة دور الاعلان .. ..
- ٦ - انخفاض دور الاعلان .. ..

### الفصل الثالث : الدعوى الاعلانية :

- ١ — مفهوم الدعوى الاعلانية ..... ٣٣
- ٢ — الاعتبارات الواجب توافرها في الدعوى الاعلانية ..... ٣٤
  - أ — توافق الدعوى الاعلانية مع الاهداف من الاعلان .....
  - ب — تحقيق استراتيجية المنشأة من الاعلان
  - ج — استخدام اللغة المفهومة والواضحة
  - د — مراعاة مبادئ وآداب المهنة
  - هـ — الصدق والأمانة في العرض
  - و — اثاره البواعث على الشراء
  - ز — مراعاة التقاليد والعادات الاجتماعية
  - ح — اختيار وسائل الاعلان الملائمة
  - ط — استخدام بعض العبارات الممكن رواجها والمعاني الفاضلة .....
- ٣ — الفكرة اللامعة والجديدة في الدعوى ..... ٣٩
- ٤ — الاعلان الناجح والملف للنظر ..... ٤٠
- ٥ — الحملة الاعلانية (التنوع في استخدام الوسائل) ..... ٤٠
- ٦ — تكرار الدعوى الاعلانية ..... ٤١
- ٧ — قوة الاقناع في الدعوى الاعلانية ..... ٤٢

### الفصل الرابع : تخطيط واخراج الاعلان

- ١ — تنظيم قسم الاعلان ..... ٤٧
- ٢ — تخطيط الجهد الاعلاني ..... ٤٨
- ٣ — تصميم الاعلان والاحتواء الجيد ..... ٥٢

صفحة

٥٨	٤ — تنفيذ الاعلان
٥٨	٥ — تحديد فاعلية الاعلان من الوسائل المستخدمة ..
٥٩	٦ — تكاليف الاعلان
٦١	الفصل الخامس : وسائل الاعلان
٦٥	١ — الملصقات
٦٨	٢ — التليفزيون
٧٢	٣ — الاذاعة والراديو
٧٤	٤ — السينما ودور العرض السينمائي
٧٥	٥ — الجرائد اليومية والمجلات
٨١	٦ — الرسائل البريدية
٨٣	٧ — الاعلانات المضيئة
٨٥	٨ — الاعلانات الحائطية
٨٨	٩ — الكتيب الاعلاني والاجندات
٨٩	١٠ — المسابقات والمعارض
٩١	١١ — الاغلفة والعبوات
٩٢	١٢ — الاعلانات الثابتة
٩٣	١٣ — الفترينات
٩٥	١٤ — نتائج الحائط والهدايا السنوية
٩٧	١٥ — العينات

الفصل السادس : وكالات الاعلان

١٠٣	١ — أنواع الوكالات الاعلانية
١٠٦	٢ — مندوبى الاعلان والدعاية