

# من ڀڻو ڪيو نيستم!!

سیدہ عیسیٰ علی



نشر دستور

شماره شابک: ۰۰۲-۰۶۷۲۷-۶۲۲-۹۷۸

سرشناسه: علوی، سید مجید، ۱۳۶۲- [Alavi, Seyyed Majid]  
عنوان و نام پدیدآور: من پینوکیو نیستم!!/سید مجید علوی.  
مشخصات نشر: مشهد: دستور، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: ۱۲۰ص: مصور(رنگی)، جدول، نمودار(بخشی رنگی).

فروست: بازار یابی و تبلیغات: ۱.  
شابک: 978-622-6727-02-0

وضعیت فهرست نویسی: فیبا  
موضوع: آگهی های تبلیغاتی

موضوع: Advertising

رده بندی کنگره: HF ۵۸۲۳

رده بندی دیویی: ۶۵۹/۱

شماره کتابشناسی ملی: ۵۷۷۸۶۵۲



دستور

من پینوکیو نیستم

سید مجید علوی

نویسنده: اول

صفحه آرایشی، واژه رداژ

چاپ و صحافی: روزنامه: برابر

قطع: وزیری (۱۲۰ صفحه) تاریخ انتشار: ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد، قیمت: ۱۳۰۰۰ تومان

حق چاپ محفوظ است

شماره شابک: ۰۲-۰۶۷۲۷-۶۲۲-۹۷۸

مشهد، صندوق پستی ۱۳۸۸-۹۱۸۹۵ نامبر ۳۸۴۳۹۷۲۱-۵۱

پیام نگار: [dasturpress93@gmail.com](mailto:dasturpress93@gmail.com)

## فهرست

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| پیشگفتار.....                                       | ۴  |
| مقدمه.....                                          | ۵  |
| فصل نخست: رفتن به مدرسه (هدف گذاری).....            | ۷  |
| فصل دوم: بازی سگه‌ها (انتظارات درست).....           | ۱۹ |
| فصل سوم: گربه نره (دوستان نابلد).....               | ۳۳ |
| فصل چهارم: روبه، مگا، دالان سودجو.....              | ۴۳ |
| فصل پنجم: دروغ و دماغ (از تباها دیده نمی‌شوند)..... | ۵۱ |
| فصل ششم: جینا (مشاوران تبلیغی).....                 | ۶۱ |
| فصل هفتم: پدر ژپتو (حمایت از برند).....             | ۶۹ |
| فصل هشتم: آدم شدن (تکامل).....                      | ۹۹ |

## پیشگفتار

همه سازمانها و مجموعهها امروز به اهمیت تبلیغات در پیشرفت سازمان و راهیابی به اهدافشان پی برده‌اند. بخش قابل توجهی از بودجه‌بندی همه‌ساله شرکتها به تبلیغات اختصاص داده می‌شود. این بودجه‌ها معمولاً بنا به تصویرسازیهای ذهنی افرادی که دلالت از صنعت تبلیغ بشمار می‌روند و برای رسیدن به اهدافی واهی که بسیاری از آنها منطقاً هیچ ربط مستیمی به تبلیغات ندارد در اختیارشان قرار می‌گیرد.

حتماً داستان رادیو را به یاد می‌آورید. این داستان قدیمی اما درجه‌یک درسهای بسیاری به ما آموخت. در این کتاب سعی شده به چند آموزه بسیار مهم در آن اشاره شود. یقیناً هدر رفت بودجه تبلیغاتی دردی است که هرگاه آن را در سطوح مختلف می‌بینم همانند کارشناس محیط زیست که کار دادن آلودگیهای زمین رنج می‌برد، به هم می‌ریزم. امروز خوشحالم با نگارش این کتاب به سازمانهای کوچک و بزرگ میهن پاکم، ایران، کمک کنم تا با شناخت بهتر این صنعت و اهداف قابل دستیابی در آن بتوانند بهترین بهره‌وری و استفاده را از این ابزار و تیغ دو دم، کسب کنند. امیدوارم ریدگ همه شما خوبان همواره سرشار از موفقیت و کامیابی باشد.

با آرزوی موفقیت و سربلندی

سید مجید علوی