

مبانی و اصول

تبلیغات تجاری در ایران

نویسندگان:

محمد رضا همایی

نیوشا دقیقی ماسوله

مهدی شعبان شهریار

ندا معمائی

ویراستار:

سید فخرالدین طاهرزاده موسویان



عنوان و نام پدیدآور	مبانی و اصول تبلیغات تجاری در ایران / نویسندگان محمدرضا همائی... او دیگران؛ ویراستار سیدفخرالدین طاهرزاده موسویان.
مشخصات نشر	تهران: عطران، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۱۳۳ ص: ۱۴×۵/۲۱؛ ۵/۱۴ س.م.
شابک	۷۰۰۰۰ ریال ۹۷۸-۶۲۲-۷۸۵-۴-۷۳
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	نویسندگان محمدرضا همائی، نیوشا دقیقی ماسوله، مهدی شعبان شهریاری، ندا معمانی.
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	تبلیغات -- ایران Propaganda -- Iran آگهی‌های تبلیغاتی -- ایران Iran -- Advertising
شناسه افزوده	همائی، محمدرضا، ۱۳۵۰-
شناسه افزوده	طاهرزاده موسویان، سید فخرالدین، ۱۳۶۶-
رده بندی کنگره	HM۱۲۳۱ :
رده بندی دیویی	۳۷۵۰۹۵۵/۳۰۳ :
شماره کتابشناسی ملی	۸۷۴۹۷۹۷۹ :
اطلاعات رکورد کتابشناسی	فیبا



نام کتاب :	مبانی و اصول تبلیغات تجاری در ایران
نویسندگان :	محمدرضا همائی، نیوشا دقیقی ماسوله، مهدی شعبان شهریاری، ندا معمانی
ویراستار:	سیدفخرالدین طاهرزاده موسویان
نوبت چاپ :	اول
تیراژ :	۱۰۰۰ جلد
قیمت روی جلد :	۷۰۰,۰۰۰ ریال
سال چاپ:	۱۴۰۰
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۷۸۵-۴-۷۳
لیتوگرافی:	پرهام نور
چاپ :	عطران
ناشر :	عطران

پیشگفتار ناشر

با هدف تأمین نیازهای آموزشی قشر متخصص، گروه عطران با بیش از یک دهه سابقه برگزاری نشست‌های علمی و دوره‌های تخصصی بین‌المللی، اقدام به دریافت مجوز انتشارات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و بسط آثار علمی و ادبی نویسندگان و اهالی قلم نمود و در ادامه راه، متد تأمین مالی نویسندگان خوش قلم و با استعداد را در دستور کار قرار داده است. بدین صورت که قسمتی از هزینه چاپ کتاب‌های ارسالی پس از داوری، توسط گروه عطران تأمین می‌گردد.

پذیرای نظرات و پیشنهادات متخصصین و صاحب نظران در راستای بهبود و ارتقا سطح علمی و کیفی آثار منتشر شده انتشارات عطران هستیم. شایان ذکر هست که قسمتی از درآمد حاصل از فروش این اثر صرف آموزش فرهنگ محیط زیست خواهد گردید.

دفتر مرکزی نشر عطران: ۰۲۱-۶۶۱۹۱۰۰۰

تلگرام پشتیبانی آنلاین: ۰۹۱۰۸۱۷۲۸۹۶

www.atranguroup.ir	گروه عطران
www.mdatran.com	شرکت مهندسی ماه دانش عطران (دوره‌های تخصصی و ارائه‌دهنده خدمات مشاوره آموزشی)
www.atranbook.ir	انتشارات عطران
www.zistbanab.ir	ماهنامه اختصاصی زیست‌بان آب
www.envco.ir	همایش و نمایشگاه ملی محیط زیست و بحران‌های پیش رو

دکتر عباس علاف‌صالحی

انتشارات عطران

بهمن ۱۴۰۰

فهرست مطالب

بخش اول	۱
مبانی و اصول تبلیغات	۱
تعریف تبلیغات	۱
مفهوم تبلیغات	۷
انواع تبلیغات	۸
پیشینه تاریخی تبلیغات	۱۴
تمایز بین اهداف تبلیغات و بازاریابی	۱۷
اثربخشی	۱۹
اثربخشی در تبلیغات	۲۰
مدل اثربخشی تبلیغات	۲۲
مدل (تیم امبر) و (دمتریوس واکراتاس)	۲۲
اثر تبلیغات حرفه‌ای بر کسب و کار	۳۰
اهمیت تبلیغات حرفه‌ای تجاری	۳۱
ویژگی‌های تبلیغات نوین	۳۲
اهداف تبلیغات حرفه‌ای تجاری	۳۳
مزایای نوشتن اهداف تبلیغات حرفه‌ای تجاری	۳۵
جاذبه‌های تبلیغاتی در تبلیغات حرفه‌ای تجاری	۳۶
شیوه‌های اجرایی تبلیغات حرفه‌ای تجاری	۳۸
چگونگی تحول در کسب و کار با تبلیغات حرفه‌ای	۴۰

۴۱	مراحل تبلیغات حرفه ای
۴۴	تبلیغات حرفه‌ای و تأثیر آن بر کسب و کار
۴۷	مزایای تبلیغات حرفه‌ای
۵۰	انواع تبلیغات حرفه‌ای تجاری
۶۴	تبلیغات مستقیم
۶۶	بخش دوم
۶۷	تبلیغات در ایران
۶۷	تاریخچه تبلیغات در ایران و جهان
۷۰	تاریخچه تبلیغات در ایران
۷۳	جذابیت های تبلیغات
۷۸	ابزار تبلیغات بازرگانی
۹۰	ده فرمان تبلیغات
۹۳	استفاده از تبلیغات در تلویزیون
۹۹	استفاده از تبلیغات در رادیو
۹۹	مزایا و معایب تبلیغات بازرگانی
۱۰۲	تأثیر تبلیغات بر متغیرهای اقتصادی
۱۰۳	تأثیر تبلیغات بازرگانی بر رفتار مصرف کننده
۱۱۵	فهرست منابع و مآخذ