

به نام او



روش فعالیت و پیکره‌ی سازمانی بنگاه‌های تبلیغاتی

پدیدآور:

عاطفه رحمتی

با همکاری آژانس تبلیغاتی ایز

🌐 izagency.ir

چاپ نخست

ایز



سرشناسه: رحمتی، عاطفه

عنوان و نام پدیدآور: روش فعالیت و پیکره‌ی سازمانی بنگاه‌های تبلیغاتی | عاطفه رحمتی

مشخصات نشر: تبریز | انتشارات آذرتوران، ۱۴۰۰

مشخصات ظاهری: ۷۹ ص. | ۱۴۸×۲۱۰ م.م.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۳۴۸-۷۴-۳

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

موضوع: شرکت‌های تبلیغاتی، برنامه‌ریزی رسانه‌های تبلیغاتی

Advertising agencies, Advertising media planning

شناسه افزوده: آژانس تبلیغاتی ایز

رده‌بندی کنگره: HF6178

رده‌بندی دیویی: ۶۵۹/۱

شماره کتاب‌شناسی ملی: ۷۶۴۵۰۰۲

اطلاعات رکورد کتاب‌شناسی: فیا

سازمان FSC سازمانی غیرانتفاعی و بین‌المللی است و رسالت آن مدیریت با مسئولیت جنگل‌های جهان است. فرآورده‌هایی که با نشان‌واره‌ی این سازمان عرضه می‌شوند برای آسوده‌دلی خریداران از فرآوری این فرآورده‌ها از جنگل‌هایی است که به روش درست گردانش می‌شوند تا پاسخ‌گوی نیازهای اجتماعی، اقتصادی و محیط‌زیستی نسل کنونی و آیندگان باشند. برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی کوشش‌ها و نگرانی‌های آژانس تبلیغاتی ایز درباره‌ی محیط‌زیست به izagency.ir مراجعه کنید.

نسخه‌ی چاپی و الکترونیکی این کتاب از نشانی satici.ir قابل تهیه است.



روش فعالیت و پیکره‌ی سازمانی بنگاه‌های تبلیغاتی

عاطفه رحمتی

ناشر: انتشارات آذرتوران | چاپ نخست ۱۴۰۰

۷۹ صفحه | قطع: رقعی | ۱۰۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۳۴۸-۷۴-۳

نشانی: تبریز، خیابان امام، مابین تربیت و سهراب طالقانی،

مجتمع شهریار، طبقه‌ی منفی یک، واحد ۴۶

تلفن: ۰۴۱۳۵۵۴۷۵۱۰

قیمت: ۲۰,۰۰۰ تومان

نوشته‌شده با ♥ در تبریز

کپی‌رایت © ۱۴۰۰ آژانس تبلیغاتی ایز. همه‌ی حقوق از آن

پدیدآور و آژانس تبلیغاتی ایز است.



انتشارات آذرتوران

فهرست مطالب

۱.....	پیشگفتار
۳.....	دستور کار
۵.....	گرداننده‌ی پروژه
۶.....	کارهای گرداننده‌ی پروژه
۸.....	گرداننده‌ی رسانه
۱۰.....	کارهای گرداننده‌ی رسانه
۱۱.....	گرداننده‌ی پژوهش‌ها
۱۲.....	کارهای گرداننده‌ی پژوهش‌ها
۱۴.....	گرداننده‌ی فرآوری / سرپرست ترافیک
۱۶.....	کارهای گرداننده‌ی فرآوری / سرپرست شدآمد
۱۸.....	گروه ایده‌پردازی
۲۱.....	کارهای گروه ایده‌پرداز

پیشگفتار

این کتاب دستاورد کارآزمایی آژانس تبلیغاتی ایز در کار تبلیغات، هم‌اندیشی با همکاران و دست‌اندرکاران این پیشه و بررسی روش کارکرد بنگاه‌های تبلیغاتی در ایران و دیگر کشورهای جهان است. در این کتاب کوشش شده که پرسمان‌های سازمانی به ساده‌ترین شکل عرضه گردد تا مورد استفاده‌ی همه‌ی بنگاه‌ها در هر اندازه قرار بگیرد. درخور نگرش اینکه الگوی ارائه‌شده تنها یک روش آزمونی و بی‌چون‌وچرا پیشنهادی است. هر بنگاهی بسته به توانایی‌ها و گونه‌ی فعالیت خود می‌تواند در این الگو دخل و تصرف کرده، بخش‌های نو ایجاد نموده و یا اینکه چند بخش را در هم یکی کند. بی‌گمان خدمات پیشنهادشده در این کتاب لازمه‌ی تعریف یک بنگاه چیره‌دست است. امروزه گواه ارائه‌ی خدمات گسترده‌تری در رویه‌ی بنگاه‌های جهانی هستیم. خدماتی چون برنامه‌ریزی راهبردی

بازار، طرح‌های بالا بردن فروش، بازاریابی نامه‌ای و روابط عمومی در
زمره‌ی این خدمات به شمار می‌آیند.

با سپاس فراوان

عاطفه رحمتی

۲۰ اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۰