

اصول و فنون تبلیغات

مهدی طاحونه بان

سرشناسه	: طاحونه بان، مهدی، ۱۳۴۸-، گردآورنده
عنوان و نام پدیدآورنده	: اصول و فنون تبلیغات / گردآورنده و تنظیم مهدی طاحونه بان
ویرایش	: سمیه یوسفی، سید خلیل حسینی
مشخصات نشر	: مشهد: ترانه، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری	: ۱۴۶ص.
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۵۶۳۸-۹۸-۴
وضعیت فهرست نویسی	: فیفا
موضوع	: تبلیغات
رده بندی کنگره	: ۶۱۳۹۱ الف ۲ ط ۵۸۲۳/ HF
رده بندی دیویی	: ۶۵۹/۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۹/۲۳۴۶۶



انتشارات ترانه
اصول و فنون تبلیغات
مهدی طاحونه بان

ناشر همکار: انتشارات اسپندگان
ویرایش: سمیه یوسفی، سید خلیل حسینی
صفحه آرایی: ثمانه اصغرپور
نوبت چاپ: یکم ۱۳۹۱، شمارگان ۱۵۰۰
قیمت: ۵۰۰۰ تومان، لیتوگرافی: مشهد اسکنر
چاپ و صحافی: دانشگاه فردوسی
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۵۶۳۸-۹۸-۴

ISBN: -978-964-5638-98-4

کلیه حقوق برای انتشارات ترانه محفوظ است
مشهد، میدان سعدی، پاساژ مهتاب تلفاکس: ۰۵۱۱-۲۲۵۷۶۴۶

فهرست

۷	 مقدمه
۹	 فصل اول: تاریخچه و مفاهیم تبلیغات
۱۱	 بخش اول: مفاهیم
۱۷	 بخش دوم: تاریخچه تبلیغات بازرگانی
۳۳	 فصل دوم: فرآیند طراحی برنامه های تبلیغات بازرگانی
۳۵	 بخش اول: تعیین اهداف
۳۹	 بخش دوم: پیام تبلیغ
۶۵	 بخش سوم: ابزارهای تبلیغات بازرگانی
۷۵	 بخش چهارم: نقش رسانه ها در تبلیغات
۷۹	 بخش پنجم: مخاطب شناسی
۸۳	 بخش ششم: آثار تبلیغ
۸۷	 فصل سوم: ویژگی سبک های تبلیغی برخی از کشورها
۱۰۱	 فصل چهارم: تبلیغات سیاسی
۱۰۳	 بخش اول: تعریف و تاریخچه تبلیغات سیاسی
۱۱۱	 بخش دوم: انواع تبلیغات سیاسی، شاخصه ها و شگردهای آن
۱۲۵	 کتابنامه

مقدمه

با پیشرفت چشم‌گیر ارتباطات و گسترش شگفت‌انگیز دامنه‌های آن و نیز به کارگیری شیوه‌های جدید و نوظهور، اکنون نقش مهم تبلیغات در این عرصه ضرورتی انکارناپذیر است.

مجموعه‌ی حاضر بنا به ضرورت پیش گفته و با توجه به نیاز جامعه و برای آموزش علاقه‌مندان گردآوری شده و با دقت در مفاهیم مهم تجارت، بازاریابی و تبلیغات، نقش مهم، کلیدی و برجسته‌ی تبلیغ را مورد واکاوی قرار می‌دهد. اگرچه مفاهیم یاد شده در چهارچوب آکادمیک طرح و طبقه‌بندی شده است اما نویسنده در هنگام تدوین و تدریس آن، گروه وسیع علاقه‌مندان و نیازمندان را از یاد نبرده و کوشیده است تا در انتقال درست مفاهیم بر کاربردی بودن این فنون نیز تاکید شود. به ویژه آن جا که به فرآیند طراحی برنامه‌های تبلیغاتی می‌پردازد بر این نکته پای می‌فشارد و در تبیین شاخصه‌ها و شگردهای تبلیغات، مخاطب عام را از نظر دور نمی‌دارد و در کانون توجه خود قرار می‌دهد.

نویسنده امیدوار است این کتاب، دیدگاه‌ها، راه‌کارها و شیوه‌هایی را در اختیار آنان قرار دهد تا خوانندگان به کمک آن هر چه سریع‌تر و آسان‌تر به آن چه می‌اندیشند، دست یابند.

هم‌چنین نویسنده بر خود لازم می‌داند از همکاری‌های ارزنده‌ی دوست عزیز جناب آقای سیدخلیل حسینی که به بازخوانی و ویرایش متن همت گمارده است، فروتنانه سپاس‌گزاری کند و نیز از کوشش‌های ستودنی مدیر شایسته و خوش‌فکر انتشارات ترانه و همکاران ارجمندشان که وسایل چاپ این کتاب را فراهم آوردند، قدردانی نماید.

با احترام و سپاس: مهدی طاحونه‌بان