

إدارة الإعلان

(مفاهيم واستراتيجيات معاصرة)

إدارة الإعلان

(مفاهيم واستراتيجيات معاصرة)

Advertising Management

(Contemporary concepts and strategies)

تأليف

الدكتور

فتحي عبد الله الشرع

أستاذ التسويق المشارك

جامعة جدارا

الدكتور

علي فلاح الزعبي

أستاذ التسويق المشارك

جامعة عمان العربية



اليازوري

ملخص المحتويات

- الفصل الأول: مقدمة في الاتصالات ١٣
- الفصل الثاني: إدارة الترويج ٤١
- الفصل الثالث: أسس ومفاهيم الإعلان ٦٧
- الفصل الرابع: إدارة الإعلان ١١١
- الفصل الخامس: الابتكار الإعلاني ١٥٧
- الفصل السادس: الاستمالات الإعلانية ١٧٧
- الفصل السابع: سيكولوجية التصميم الإعلاني ٢١١
- الفصل الثامن: تصميم الإعلان ٢٣٥
- الفصل التاسع: اعداد الرسائل الإعلان ٢٦١
- الفصل العاشر: تخطيط الحملات الإعلانية ٢٨٣
- الفصل الحادي عشر: تنظيم وكالات الإعلان ٣٠٧
- الفصل الثاني عشر: طرق ووسائل نشر الإعلانات ٣٢٩