د/ معتز محمد نبيل مدرس بقسم الإنتاج الإعلانى يرجع أصل كلمة اتِّصال (communication(إلى الكلمه اللاتينية "communis", ومعناها "common" أي مشترك أو عام. العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي الرسالة ومرسلها في مضامين اجتماعية معينة, حيث يتم في هذا التفاعل نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين. نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من طرف إلى آخر من خلال عملية ديناميكية مستمرة ليس لها بداية أو نهاية. نشاط لاغنى عنه للفرد لتلبية أبسط شئونه واحتياجاته المعيشية والاجتماعية في كل مراحل العمر, المرسل: هو العنصر الرئيسي في عملية الاتِّصال, وتتباين قدرات الفرد على إرسال الأفكار حسب قدراته الاتِّصالية وثقافته. وقد يكون فردًا أو جماعة من الأفراد. الرسالة: هي محور عملية الاتِّصال، الوسيلة ا لإْعلاَنية: هي القناة التي يتم عن طريقها نقل الرسالة بين المرسل والمستقبلِ، رجع الصدى: هو رد الفعل الآني من المستقبل على الرسالة الُموجهة إليه من المرسل، بما يوضح نسبة نجاح العملية الاتِّصالية، يمكن تعريف الإْعلاَن كما يلي: لغة: أعلن، يعلن ومصدرها علانية وإْعلاَن بمعنى الإظهار والإْعلاَن اصطلاًحا: هو وسيلة مدفوعة لتحقيق حالة من الرضا والقبول النفسي لدى الجماهير, من أجل المساعدة على بيع سلعة أو خدمة والترويج لها, للإْعلاَن مجموعة من الأهداف تتمثل فيما يلي: نشر الوعي وإثارة انتباه العملاء. تحفيز العملاء على البحث عن معلومات إضافية تتعلق هي: جذب الانتباه. خصائص عملية الا تِّصال ا لإْعلاَني: التقدير العام: تُعرض الرسالة الإْعلاَنية للجمهور العام غير المحدد, فهي تتمتع بطبيعة عامة وجماهيرية, كما يعمل المضمون الدلالي الذي يصل إلى الجمهور العام نتيجة الاتِّصال الإقناعي على تأكيد الصورة الذهنية المرغوبة للسلع يتيح الاتِّصال الإْعلاَني للمستهلك الوقت الكافي والمناسب للتفكير في اتخاذ القرارات الشرائية, كما يتيح له التعرف على المزايا والفوائد الخاصة بكل الأصناف السلعية المختلفة ويستطيع المفاضلة بينها, حيث تتسم الاتِّصالات الإْعلاَنية بأنها منتشرة في كل مكان, التوضيح أو التصوير المبالغ: يتم التصميم الخلاق للرسائل الإْعلاَنية, وتتميز الاتِّصالات الإْعلاَنية بالقدرة على تقديم السلع والخدمات المختلفة وتجسيدها بأسلوب يتسم بالمبالغة والتضخيم في كثير من الأحيان, غير الشخصية: يتسم الاتِّصال الإْعلاَني بأنه ذو طبيعة غير شخصية, كما يسمح للمستهلك بالتفكير والتأمل والمقارنة بين البدائل السلعية أو الخدمية. مدفوع الأجر: يتحدد الأجر المادي لمضمون الرسائل الإْعلاَنية المنشورة أو الُمذاعة أو المعروضة في وسائل الإْعلاَن المختلفة, وفق الوحدات النوعية الخاصة بكل وسيلة. 4Ps يتكون المزيج التسويقي من أربعة عناصر أساسية, السعر التوزيع الترويج يشير مصطلح المنتج إلى ما تقدمه المنشآت الاقتصادية أو التي لا تهدف إلى الربح من سلع ملائمة لعملائها. تطوير المنتجات الحالية. تقديم السلع والمنتجات الجديدة التي تتماشى مع حاجات ورغبات المتعاملين. تقديم مجموعة من الأنشطة التي تسهل على المستهلك اقتناء واستخدام المنتجات مثل: تمييز المنتجات بالعلامة التجارية. تقديم الضمان والخدمة والصيانة وقطع الغيار التي تضمن بقاء المنتجات في حالة النفع والإنتاج لمدة مناسبة. يعني جوهر عملية التوزيع الكيفية التي تصل بها السلع والخدمات إلى العميل الُمرتقب في المكان والوقت المناسبيين، وضمان عملية التبادل والتملك من جانب المستهلك أو المشتري الصناعي. اختيار إستراتيجية التوزيع المناسبة (هل سنقوم بالتوزيع بشكل مباشر اعتمادًا على وعملية معقدة ترتبط باعتبارات اقتصادية وسلوكية متعددة، التسعير على ما يلي: دراسة متأنية للعوامل المؤثرة في العرض والطلب. قدرة المستهلك على الدفع. لا يمكن ترك المنتجات للتعرف عليها بمحض الصدفة, من خلال مزيج ترويجي متكامل يتضمن قدًرا من أنشطة الإْعلاَن، ومن خلال ما هو متاح من تقاويم وميداليات ومعارض وعينات. ويتضمن نشاط الترويج بجانب ذلك خدمة هو وسيلة الاتِّصال التي تقوم بها المنشأة للوصول إلى الجماهير كبيرة العدد. يتم إعداد الرسائل الإْعلاَنية، وتسليمها للمشترين من خلال وسائل النشر واسعة الانتشار. يقوم المعلن بشراء المساحة أو الوقت الإْعلاَني. يوجه المعلن الرسالة الإْعلاَنية من حيث المحتويات أو المساحة أو الوقت أو الأساليب المستخدمة في إعدادها وإخراجها. هو نشاط مشابه للإْعلاَن إلى حد كبير. هو اتِّصال شخصي بهدف تعريف المستهلك وإقناعه بالقيام بشراء سلعة أو خدمة معينة. يختلف اختلافًا بينًا عن الإْعلاَن. تتم إدراته إلى الجماعات الصغيرة أو المشتري الفرد. هي وظيفة تجمع بين جانبى البيع الشخصي والإْعلاَن. وتقديم الهدايا الشخصية والعينات. تُستخدم أدوات ترويج المبيعات بشكل كبير مع المتعاملين لدعم تجارة التجزئة، ودعم الطلب على سلع وخدمات المنشأة. يتضمن نشاط العلاقات العامة علاقات المنشأة بجماهيرها المختلفة, تتعامل العلاقات العامة من خلال طريق ذي جانبين, هما: التعرف على مشكلات الجماهير المختلفة، فى ضوء الأهداف السيكولوجية للإْعلاَن, يلجأ مصمم الإْعلاَن إلى الاعتماد على صيغ تساعده على وضع هذه الأهداف التى ترتبط بسلوك المستهلك المستهدف, الوعي الاهتمام الرغبة السلوك وتعني تحديد

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي

الأهداف الإْعلاَنية وتشمل هذه الهيراركية أربع مراحل, ؟ الوعي ؟ الفهم أو الاستيعاب ؟ الاقتناع ؟ السلوك هي: (Awareness(الوعي ؟)Knowledge(المعرفة ؟)Linking(الميل أو الحب ؟ ؟ التفضيل ؟ الاقتناع ؟ الشراء تعد هذه الصيغة نموذ ًجا تتم من خلاله مراحل عملية الشراء, ؟ مرحلة جمع المعلومات. تهدف هذه الصيغة إلى توضيح عملية اتخاذ المستهلك لقرار الشراء, ؟ سلوك ما بعد الشراء. يعتبر واضعو هذه الصيغة أن عملية اتخاذ المستهلك لقرار الشراء عملية فردية تؤثر فيها العوامل أو المؤثرات النفسية, حيث تعد العوامل النفسية من أبرز العوامل ؟ إدراك العلامة التجارية. ؟ تعد وسيلة الإْعلاَن الأداة التي يُخاطب بها الجمهور المستهدف. وتتنوع وسائل الإْعلاَن, وكلمة (فيزيون) ومعناها (الرؤية) أي الرؤية عن بعد. يعد الإْعلاَن التليفزيوني)TV Advertissement(مجموعة من الوسائل الفنية المتنوعة الُمستخدمة من خلال الوقت الُمباع من التليفزيون إلى الجمهور, بقصد تعريفه بسلعة أو خدمة أو فكرة بالشكل والمضمون المناسبين, وقد تقدم بصوت واحد أو بصوتين متماثلين أو مختلفين، كل منهما يؤدي فقرة من الإْعلاَن دون أن تكون الفقرات مكتوبة بصيغة الحوار، المستمع أو المشاهد بالملل. ويتخذ شكل الحديث الذي يتم بين شخصين أو أكثر، تكتب هذه الصيغة في شكل سؤال وجواب، وتتضمن الإجابة خصائص أو مميزات السلعة أو الخدمة. هي الإْعلاَن الدرامي أو التمثيلي، وتكون عبارة عن مشهد تمثيلي قصير يدور حول عقدة أو مشكلة معينة, وتكون السلعة أو الخدمة هي مفتاح الحل. وفي بعض الأحيان يُستخدم مشهد تمثيلي يقوم به ممثل واحد فقط يعرض المشكلة، ثم يقدم صوت آخر حلها. ؟ تُعرف الأغنية الإْعلاَنية بأنها إيقاع بسيط خفيف له نظم أو وزن متكرر، وتنفرد الأغنية بسمات خاصة تميزها عن غيرها من الصيغ. ؟ قد يؤدي الأغنية صوت مفرد, ويُسمى هذا الأداء بالأداء الفردي, وقد تؤديها مجموعة, ؟ توجد عوامل تؤثر على تحديد هذا المضمون, ؟ طبيعة الجمهور المستهدف. ؟ الهدف المرجو من الإْعلاَن. ؟ يعتمد هذا المضمون في المقام الأول على مخاطبة العقل, عن طريق ذكر الحقائق المادية المتوفرة في السلعة أو الخدمة المعلن عنها التي تميزها عن منافسيها أو تنفرد بها. ؟ يناسب الجمهور الذي يعتمد على إعمال العقل والتفكير في اتخاذ قرار شراء السلعة أو الخدمة؛ ؟ يعتمد هذا المضمون العقلاني على الأرقام والبيانات الإحصائية، بحيث يشتمل على أرقام تثبت صحة وحقيقة ما يُقال. أو الأسلوب الوجداني. ويبتعد عن مخاطبة العقل. ؟ يشكل عال ًما واسعًا من الخيال يحيط بالمستهلك ويجعله يعيش في حلم نتيجة استخدامه لهذه السلعة أو الخدمة. ؟ يعتمد هذا المضمون على الدمج بين المضمونين العاطفي والمنطقي. ؟ يتدرج النص في شرح خصائص السلعة أو الخدمة، وأسباب ؟ يبدأ النص الإْعلاَني بتوضيح المتعة والفائدة التي ستعود على المستهلك نتيجة استخدامه للسلعة أو الخدمة المعلن عنها. ثم يتدرج إلى توضيح فوائد الاستخدام. وترتبط جميع الاستمالات الإْعلاَنية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بحاجات المستهلك, وتشمل القيم والدوافع التي يتمتع بها الجمهور المعني بالرسالة. يلجأ المعلن لهذا الوتر عندما يرغب في الترويج للسلع الغذائية والمشروبات. ويرتكز على إعطاء المشتري عائد يفوق ما دفعه عند شراء السلعة. ؟ تركز بعض الإْعلاَنات على إقناع الجمهور بأهمية اقتناء بعض الأشياء، ؟ يرتفع استخدام بعض الإْعلاَنات لهذا الوتر، من منطلق استغلال الميل لحب تقليد الآخرين. ؟ يرتكز هذا الوتر على إقناع الجمهور المستهدف بالإقبال على شراء المنتجات المعلن عنها, حيث يميل إلى اقتناء وتملك السلع والأشياء التي تمكنه من التفاخر بها بين زملائه وأصدقائه. يظهر هذا الوتر في إْعلاَنات مستحضرات التجميل، ؟ تركز هذه الاستمالة على التأثيرات السلبية الناتجة عن عدم استخدام السلعة أو الخدمة، اعتمادًا على دور الخوف في زيادة الشعور بالتوتر. ؟ تستخدم الإْعلاَنات بعض المواقف الفكاهية في النص أو في طريقة التصميم والإخراج الفني للإْعلاَن. وتعد الإْعلاَنات الفكاهية من أصعب الإْعلاَنات، لأن الإحساس بالفكاهة يختلف من شخص لآخر. ؟ يمكن أن تؤدي الفكاهة دو ًرا إضافيًا في إضفاء المتعة على مشاهدة الإْعلاَن, حيث تجعل المشاهدين أكثر تذك ًرا للرسالة الإْعلاَنية. استمالات الموجهة نحو السلعة: ؟استمالات موجهة نحو خصائص السلعة, ؟استمالات خاصة بمقارنة السلعة, ؟استمالات اتجاهية: أي تتجه الرسالة الإْعلاَنية أسا ًسا إلى بناء الاتجاه والقيمة والمعتقد. ؟استمالات لا شعورية: هي الاستمالات التى تخاطب اللاشعور عند الإنسان والأحلام الكامنة لديه. ؟استمالات الصور الذهنية: هي التي تسهم في تشكيل صورة ذهنية مواتية للسلعة لدى المستهلك. تنقسم إلى: ؟ إْع لاَ ن ا ل ر و ل : يُعتبر أبسط أنواع الإْعلاَن التليفزيوني, وأكثرها سرعةً في التصميم والتنفيذ. ؟ إْع لاَ ن ا ل ش ر ي ح ة : يتم عرض الإْعلاَن من خلال عرض شريحة واحدة عليها التصميم المطلوب, ومميزاتها, ودواعي استخدامها. إْعلاَنات عرائس الأقنعة. بما يسهم في توضيح خصائصها ومزاياها بما يزيد من ثقة الجمهور فيها. وتحمل الامتداد GIF. وتتكون صور GIF المتحركة من عدد من الصور الإطارات) التي يتم عرضها واحدة تلو الأخرى، بالحركة, ؟ هي إْعلاَنات الرسوم البيانية والإحصاءات التي تعد تمثيلات مرئية للبيانات، يتم تقديمها بتنسيق

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي

أكثر جاذبية من النسخ المكتوبة الُمعتادة. تعريف الإذاعة: لغةً: تُعرف الإذاعة بأنها الإشاعة والنشر العام وذيوع ما يقال، ويُوصف اصطلاًحا: هي الانتشار المنظم والمقصود للمواد الإخبارية والثقافية والتعليمية والترفيهية وغيرها بواسطة الإذاعة ليتم التقاطها في وقت واحد بواسطة جهاز الاستقبال يُطلق عليه (الراديو). أنواع ا ِلإْعلاَن الإذاعي: يربط هذا الإْعلاَن بين الكلمة أو الموسيقى والسلع في ذهن المستهلك, خاصة بهذا الإْعلاَن. ولا يعتمد مخرج الإْعلاَن على استخدام أي مؤثرات صوتية لإخفاء طبيعة الإْعلاَن. هي الإْعلاَنات التي تعتمد على شخصية معروفة, وعند استخدام هذا الأسلوب,

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي