

الاستاذة : ريغي أسماء

مقياس:إشهار

المحاضرة الاولى:ماهية الاشهار:

. الإشهار :

1. تعريف الإشهار:

لغة:كلمة الاشهار مشتقة منى الفعل الثلاثي "شهر"،ومعناها الاضهار و المجاهرة بالشيء المراد تقديمه كما جاء في لسان العرب لابن منظور .

وللتعريف به تعددت مفردات معنى الاشهار الى 22 مفردة و كل يوحي الى جانب من جوانب إنه يعني: " النصيحة ،الاذاعة،البت،القول التقييم،الاشعار،التلاوة السريعة، تقديم سلعة التبيح الاطراء، التلويح الشهرة، الانتشار ،الترويج،الاعلام،الايضاح،العرض،المناداة،الاضهار،الايقاز الدعوة،الاتصال،الاقناع،التعريف بالشيء،استثارة موجهة نحو غاية".

عرفت جمعية التسويق الأمريكية الاشهار بأنه:"مختلف نواحي النشاط التي تؤدي الى نشر أو إذاعة الرسائل الاشهارية المرئية أو المسموعة على الجمهور بغرض حثه على شراء سلعة أو خدمات أو من أجل إستمالته الى التقبل الطيب لأفكار أو منشآت معن عنها".

الإشهار هو نوع من الاتصال , المكتوب أو الشفاهي ,الغرض منه هو الترويج لتحقيق مبيعات كبيرة للسلع المعروضة في الأسواق (ألبسة, سيارات, أغذية, الخ...) أو خدمات (البنوك, النقل التأمين, ...الخ).

أصبح الاشهار جزءا من الرسالة الاعلامية المعاصرة ونشاطا خدماتيا وموردا ماليا أساسيا لأطراف متعددة، فإضافة الى ب الأنشطة السابقة فهو يحمل خطابا معرفيا وثقافيا وفنيا.

معيار مجالات الإشهار واستخداماته

يعتمد هذا المعيار إلى تصنيف الإشهار المصمم وعلاقته بالمرحلة التي يمر بها المنتج والعلامة التجارية من مراحل حياة المنتج.

1-2 أنواعه:

هناك عدة تصنيفات لأنواع الإشهار (إعلان) نوجزها فيما يلي حسب طبيعة التقسيم:
حسب الوسائل أو الدعامات المشهر بواسطتها.

الإشهار المسموع ، الإشهار المكتوب، الإشهار (السمعي . البصري)

الإعلان الإلكتروني ويتمثل في الإعلانات على شبكة الإنترنت ، وقد زادت أهميتها بازدياد أهمية شبكة الانترنت كوسيط إعلامي وتطورت اعلاناتها حتى وصلت إلى المستوى المتقدم الذي نراه اليوم. إضافة إلى الإعلانات على شاشة الهاتف الجوال بعد ازدياد عدد مستخدميه حول العالم فأصبح وسيلة إعلامية هامة.

أطراف العملية الاشهارية:

1/ المؤسسة/المعلن/الجهة المستشهرة:هدفها ايجاد سوق للاستهلاك و الحفاظ عليه سواء على الصعيد الوطني أو الدولي.

2/القناة:الوسيلة التي تنتشر و تثبت الاشهار .

3/ المستهلك/المتلقي:هو كينونة الشخص الذي له قابلية استقبال معلومات و بيانات عن منتجات و سلع جديدة و متطورة .

2-2 أهدافه:

- تحقيق الزيادة المستمرة في المبيعات.
- تشجيع طلبات الاستفسار عن منتجات الشركة.
- خلق وعي واهتمام بمنتجات الشركة بما يحرك رغبات الشراء.