

إجابة تخصص قسم الإعلان في مادة تكنولوجيا التخصصات الفرقة الإعدادية 2015-2016

أولاً : مفهوم الإعلان :-

إن مصطلح الإعلان يمكن أن يحمل معنيين رئيسيين. إن المعنى الأول للإعلان يتضمن المعنى بالمفهوم العريض للإعلان (وهو المفهوم الكلي للإعلان) هو ما يطلق عليه الإعلان الكلي (macro advertising) ويشير هنا إلى الصناعة الإعلانية بأكملها أو القطاع الإعلاني بأكمله أما المعنى الثاني فيتضمن الإعلان باعتباره وظيفة من الوظائف أو نشاط من الأنشطة التسويقية بأي منشأه. وهو بهذا المفهوم يعني إرسال الوسائل والمعلومات لأفراد المجتمع من خلال وسائل الاتصال (وهو الإعلان بمعناه الجزئي)

وتوجد تعريفات متعددة للإعلان نعرض بعض منها فيما يلي :-

1- الإعلان هو فن التعريف.

ووفقا لهذا التعريف يتحدد الغرض الرئيسي للإعلان في التعريف بما يتم الإعلان عنه وذلك باستخدام الفن في ممارسة الإعلان من تصميم وإخراج وغيره.

2- الإعلان وهو وسيلة اتصال إقناعية موجهة لجمهور كبير

ويركز هذا التعريف على أن الغرض الرئيسي للإعلان هو إقناع الجمهور بما يعلن عنه كما أن الإعلان لا يستخدم للاتصال بعدد محدد من الأفراد إنما بالأعداد الكبيرة والتي يصعب الاتصال بها شخصيا.

3- الإعلان هو الوسيلة المستخدمة في تسليم الرسالة البيعية.

ويذكر هذا التعريف على الوظيفة البيعية للإعلان والتي يمثل أحد شقيها بالإضافة إلى البيع الشخصي الذي يمثل الشق الآخر.

4- الإعلان هو وسيلة جماهيرية لتوصيل المعلومات إلى المشتريين عن السلعة المعلن عنها وبالتالي تعظيم الأرباح المحققة.

ويتضح من هذا التعريف ما يلي :-

1. إن الإعلان هو وسيلة الاتصال بالجمهور .

2. إن غرض الإعلان هو إقناع هذا الجمهور .
3. الهدف النهائي من ممارسة الإعلان هو تحقيق أهداف المنظمة .
4. كذلك عرف الإعلان بأنه عملية اتصال تهدف إلى التأثير من بائع إلى مشتري على أساس غير شخصي حيث يفصح المعلن عن شخصيته أو يتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة.

ويركز هذا التعريف على:-

1. أن الإعلان يمثل وسيلة غير شخصية للاتصال.
أن هدف الإعلان لا يختصر على التعريف إنما يتعداه إلى الترغيب والتأثير على المعلن إليهم وحثهم على شراء المنتج المعلن عنه .
2. أما لجنة التعاريف التابعة لجمعية التسويق الأمريكية عرفت الإعلان بأنه (الجهود غير الشخصية التي يدفع عنها مقابل لعرض الأفكار أو السلع أو الخدمات وترويجها بواسطة شخص معين).
3. كما عرف الإعلان أيضاً بأنه مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور بغرض حثه على شراء السلع أو خدمات معينة أو قبول الأفكار الحسنة عن الأشخاص والمنشآت المعلن عنها.
4. لقد عرفت الجمعية البريطانية للإعلان بأنه وسيلة للتعريف بسلعة أو خدمة بغرض البيع أو الشراء .
5. وقد قدمت جمعية ممارسي الإعلان التابعة للجمعية البريطانية لوكالات الإعلان تعريفاً آخر ألا وهو الإعلان هو الرسالة البيعية الأكثر إقناعاً أو الموجهة إلى العميل الأكثر احتمالاً سواء كان منتج أو خدمة وبتكلفة أقل.
من خلال كل التعريفات السابقة التي تعرض مفهوم الإعلان فإننا هنا نعرف الإعلان من وجهة نظر الباحثين على النحو التالي:-
أن الإعلان هو وسيلة للتعريف بسلعة أو خدمة بغرض البيع أو الشراء أو لفكرة أو لرأي بغرض كسب القبول والتأييد للسلعة أو للخدمة المراد تسويقها.

خصائص الإعلان

- يتضح من عرض التعريفات السابقة الخصائص الرئيسية للإعلان والتي تتمثل في الآتي:-
- الإعلان وسيلة غير شخصية للاتصال بجمهور كبير وليس فرد معين كما هو في البيع الشخصي عند استخدام رجال البيع في الترويج للمنتج.
- إن الإعلان قد يكون عن سلعه أو خدمه أو فكره أو منشأه أو شخص معين.
- أن الهدف من الإعلان هو تعريف المعلن إليه بالشئ موضوع الإعلان وجذب اهتمامه وإقناعه به ومحاولة التأثير على اتجاهاته نحوه ومن ثم سلوكه الناتج من هذا الاتجاه.
- يتضمن الإعلان قيام المعلن بدفع مقابل للجهة المنفذة للإعلان أي أنه مدفوع الأجر.
- إن شخصية المعلن يجب أن تظهر في الإعلان.

ثانيا : أهداف الإعلان:-

لما كان المفهوم الحديث للتسويق يركز على تحقيق إشباع رغبات المستهلك ورضاؤه أكثر من تركيزه على تحقيق الربح فان الوصول إلى سياسة إعلانية سليمة وواضحة يتجاوز مجرد الرغبة في تعظيم الربح او تعظيم المبيعات.

فقد يجري تحقيق تعظيم الربح بمبيعات أقل مع اقتصاديات أفضل وفي ظل الأسواق الواسعة المركبة قد تتزايد المبيعات الكلية لمجموع المنتجين في الوقت الذي تستهدف فيه المنظمة المحافظة على حصتها السوقية . وقد تتزايد الحصة السوقية للمنظمة إلى درجة تكسبها وضعا احتكاريا وهنا يتخذ الإعلان هدفا آخر وهو الحفاظ على العادات الشرائية للمستهلكين.

ومما سبق يتبين أن لدينا أربع أهداف للإعلان:-

- 1- هدف تعظيم المبيعات.
- 2- هدف تعظيم الربح.
- 3- هدف المحافظة على الصحة السوقية سواء بغرض الإبقاء على حجم الإنتاج في المنظمة عند مستواه الأنسب أو المحافظة على الحصة السوقية أو منع دخول منافسين جدد.

4- هدف فتح أسواق جديدة سواء بالبيع لشرائح جديدة في السوق او بالدخول في مجالات إنتاجيه جديدة او للتصدير .

وظائف الإعلان:-

- يتفق معظم الكتاب على أن للإعلان وظائف محدده وهي كالتالي:-
 - * جذب انتباه المتلقي.
 - * إثارة اهتمام المتلقي.
 - * خلق او تطوير الرغبة لدى المتلقي نحو السلعة المحلية المعلن عنها.
 - * إقناع المتلقي بشراء السلعة المعلن عنها أو الخدمة أو قبول الأفكار التي تتضمنها الإعلان.
- وهناك حالات أخرى يستخدم فيها الإعلان لتحقيق أغراض أخرى مثل:-
- يكون الإعلان جزء من حملة للعلاقات العامة تستهدف تنمية معلومات أفضل عن المنظمة وعن نشاطاتها وتحقيق مزيد من القبول لها في المجتمع.
- أن يكون الإعلان بهدف نشر معلومات ومثال ذلك إذا ما كانت الحكومة بصدد إصدار تشريع جديد أو اتخاذ إجراءات معينه تستهدف إعلام المواطنين بها.