

یادداشت ناشر..... ۱۱

یادداشت مترجم..... ۱۲

پیشگفتار..... ۱۳

## فصل ۱: تبلیغات چه کاری انجام می دهد؟ ..... ۱۵

تبلیغات چیست؟..... ۱۶

تبلیغات چه کاری انجام می دهد؟..... ۱۸

استراتژی تبلیغات..... ۲۱

بازار هدف چیست؟..... ۲۲

مشتریان از برندهای مورد نظرشان چه می خواهند؟ حقایق یا تصویرها؟..... ۲۵

این همه تصمیم چگونه اتخاذ می شوند؟..... ۲۹

## فصل ۲: صنعت تبلیغات چگونه شکل گرفته است؟ ..... ۳۳

با شگفتی به گذشته بنگرید..... ۳۴

سه گانه تبلیغات..... ۳۷

افول دفترهای تمام خدمات..... ۴۱

انقلاب دیجیتال..... ۴۶

## فصل ۳: تبلیغ کنندگان: مأموران پرداخت..... ۴۹

چرا تبلیغ کنندگان تبلیغ می کنند؟..... ۵۰

جایزه برای تبلیغات اثربخش..... ۵۵

ساختن برندهای سود آفرین..... ۵۸

#### فصل ۴: رسانه‌ها: دمیدن در بوقهای تبلیغ کنندگان..... ۶۳

- طیف رسانه‌ها ..... ۶۴
- روزنامه‌ها و مجلات ..... ۶۶
- روزنامه‌های سراسری / ملی ..... ۶۷
- روزنامه‌های منطقه‌ای / محلی ..... ۷۰
- مجلات مصرف‌کننده ..... ۷۱
- نشریات تجاری و کتابهای راهنما ..... ۷۳
- تلویزیون ..... ۷۴
- رسانه‌های فرعی ..... ۷۹
- پست مستقیم ..... ۷۹
- فضای بیرونی و وسایل حمل و نقل ..... ۸۰
- رادیو ..... ۸۱
- سینما ..... ۸۱
- اینترنت ..... ۸۲

#### فصل ۵: دفترهای خلاق: آفرینش کمپین‌های جدید ..... ۸۵

- نخستین گامها در خلاقیت ..... ۸۶
- ماهیت خلاقیت ..... ۹۳
- ماهیت افراد خلاق ..... ۹۶
- اداره کردن افراد خلاق ..... ۹۸
- مدیریت امور مشتری ..... ۱۰۰
- تبلیغات بین‌المللی ..... ۱۰۲
- دفترهای تبلیغاتی تخصصی ..... ۱۰۴

#### فصل ۶: دفترهای خدمات رسانه‌ای: خرج کردن پولهای مشتریان ..... ۱۰۷

- جایی ماهیگیری کنید که ماهی دارد؛ با کمترین هزینه ..... ۱۰۹
- گزینش رسانه ..... ۱۱۱
- بودجه ..... ۱۱۱
- ماهیت رسانه ..... ۱۱۲
- پوشش بازار هدف ..... ۱۱۳
- اندازه، تعداد نوبتها، و زمان آگهی ..... ۱۱۴
- اینترنت و ابزار دیجیتال ..... ۱۱۷

فصل ۷: تحقیق، تحقیق، تحقیق ..... ۱۲۱

روزهای آغازین ..... ۱۲۲

پیشنهاد انحصاری فروش ..... ۱۲۷

تحقیقات در حال حاضر ..... ۱۳۰

پیش‌آزمون ..... ۱۳۱

در مسیر ردیابی تأثیر ..... ۱۳۳

سایر فنون ..... ۱۳۵

فصل ۸: خوب، بد، و زشت ..... ۱۳۷

غرش کرکننده تبلیغات عراق آمین ..... ۱۳۸

مرجع معیارهای تبلیغات ..... ۱۴۰

برندها و رفتارهای بد ..... ۱۴۴

فصل ۹: نقش تبلیغات در جامعه ..... ۱۴۹

تبلیغات به اشتغال کمک می‌کند ..... ۱۵۲

تبلیغات به کاربران رسانه‌ها کمک می‌کند ..... ۱۵۴

تبلیغات به خلاقیت ملی کمک می‌کند ..... ۱۵۶

تبلیغات به عموم مردم کمک می‌کند ..... ۱۵۷

دنیای روبه‌رشد انتخابها ..... ۱۶۰

منابع مطالعات تکمیلی ..... ۱۶۱