

تخطيط الحملات الإعلانية فى ضوء الأنماط المعرفية بين الرجل والمرأة

أ.م.د/ هبة أمير أحمد خليل

أستاذ مساعد بقسم الإنتاج الإعلاني - شعبة علوم الإعلام - بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام - مدينة السادس من أكتوبر.

hebaamir37@gmail.com

ملخص البحث: -

إن الهدف الأساسي لأي حملة إعلانية هو إقناع المتلقى ومن هنا جاءت أهمية الدراسة الدقيقة لسيكولوجية هذا المتلقى بكل جوانبها، حيث يوجد عوامل كثيرة تؤثر على المتلقى من أهمها الطبقة الإجتماعية، الفئة العمرية، الثقافة، الخبرة، الجنس ... إلخ. وجاء هذا البحث لدراسة الفرق بين سيكولوجية الرجل والمرأة وطبيعة النشاط العقلى لكل منهما ... بناءً على الدراسات الحديثة التى قدمت فى هذا المجال وذلك لأثرها البالغ فى إختيار أو تحديد الأنماط المعرفية المتبعة لكل منهم بإعتبارها العمليات الذهنية التى يستخدمها كل فرد فى تصنيف إدراكاته أو الطرق التى يستجيب بها للمؤثرات المختلفة والتى لها أثر كبير عند وضع إستراتيجية الحملات الإعلانية المعاصرة ...

الكلمات المفتاحية: الأنماط المعرفية؛ علم نفس الرجل؛ علم نفس المرأة؛ فصى المخ