دور تصميم وانتاج الاعلان المطبوع المدمج بالصحيفة اليومية فى تحسين جودة توصيل الرسالة الاعلانية

أ. د/ جلال على محمد سلام
استاذ نظم وتحكم جودة طباعية بقسم الطباعة والنشروالتغليف- كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان
sallam_galal@yahoo.com

أ. م. د/ هبة عبد المهيمن عوض
أستاذ التصميم المساعد ورئيس قسم الاعلان-كلية الفنون التطبيقية - جامعة دمياط
hebaawad13@du.edu.eg

الباحث/ أحمد عبد الحميد أحمد عبدالعال الغرباوى
نائب مدير إدارة التنفيذ الفنى - مطابع الاهرام التجارية – مؤسسة الاهرام
elgharbawai@yahoo.com

ملخص البحث:
يهدف هذا البحث إلى تقديم صورة علمية منهجية عن تصميم وانتاج الاعلان المطبوع المدمج بالصحيفة اليومية حيث يُعد الإعلان بصوره المختلفة فى عصرنا الراهن ضرورة من ضروريات الحياة التى لا غنى عنها، باعتباره العملية الرئيسية فى الاتصال ما بين المعلن والمتلقى، وهو أحد اهم الانشطة التسويقية والترويجية للمنتجات والخدمات حيث يساهم فى تدعيم شخصية الخدمة او المنتج ويؤكدها فى اذهان الجماهير ويؤثر على قدراتهم الشرائية، ومن ثم يستحق تصميم واخراج الإعلان المطبوع المدمج بالصحيفة ان نولية العناية المطلوبة والاهتمام الكافى من حيث مواكبة التطور والابتكار والتجديد والذى من شأنة جذب انتباة الملتقى دائما لمتابعة الإعلان والاحتفاظ به.

ويعد الإعلان المدمج بالصحيفة من المجالات الإعلانية الهامة التى يجب التطرق لها بالدراسة والبحث، حيث لم يلقى علية الضوء الا فيما ندر حيث يتيح الإعلان المدمج بالصحيفة للمعلنين تناول منتجاتهم بالشرح والتحليل وتوضيح مزاياها والتاثير على الجمهور المستهدف بما يحقق فائدة للمعلن قد لا تتوافر له فى الإعلان بشكلة العادى الموزع على صفحات الصحيفة،حيث تسمح خصوصية الإعلان المدمج بتحقيق التميز والتفرد للمنتج او الخدمة المعلن عنها.يمثل الإعلان المطبوع المدمج بالصحيفة جزء هام من سياسة تخطيط الحملات الإعلانية , حيث يعد وسيط إتصالى هام بين المعلن والملتقى المستهدف لنقل الرسالة الإعلانية بهدف تغيير أراء المتلقيين وتعزيزها..

ويعتبر الإعلان المطبوع المدمج بالصحيفة من أهم الوسائط الإعلانية وذلك لسعة أنتشاره وإنتظام إرفاقه وتوزيعه مع الجرائد والصحف

الكلمات المفتاحية:
الاعلان المطبوع المدمج، الصحيفة اليومية، الرسالة الاعلانية

DOI:10.21608 /mjaf.2019.17900.1345