

بررسی انواع تبلیغات حرفه‌ای

سید محمدرضا حسینی علی آباد، نیوشا دقیقی ماسوله، سید فخرالدین طاهرزاده موسویان، مزدک فرهادی نیا، کتابون شهپیری، محسن عزیزی

چکیده

تبلیغات حرفه‌ای شامل تبلیغات رادیویی، تلویزیونی، تبلیغات نور و صدا، تبلیغات اینترنتی، و بخشی از تبلیغات تعاملی، بیلبوردهای الکترونیک و حجمی و تبلیغاتی از این دست می‌باشند. به‌طور کلی می‌توان گفت فرم‌های نوین تبلیغات محیطی در پی پاسخگویی به نیازی ظهور یافته‌اند که در نتیجه‌ی از دست دادن قدرت تأثیرگذاری تبلیغات سنتی شکل گرفته است. در این نوشتار به بررسی انواع تبلیغات حرفه‌ای پرداخته شده است.

واژگان کلیدی: تبلیغات رادیویی، تلویزیونی، تبلیغات نور و صدا، تبلیغات اینترنتی، بیلبوردهای الکترونیک