

تقديم

عزيزي القارئ يسعدني أن نلتقي سويا مع أول مجلد من سلسلة المزيج الترويجي والذي تم تخصيصه لمناقشة موضوع الإعلان، ويعالج هذا المجلد موضع الإعلان من الزاوية الإدارية والفنية، كما يعرض لبعض النظريات والنماذج السلوكية والكمية والتي يمكن استخدامها في إدارة النشاط الإعلاني.

وقبل الدخول في تفاصيل هذا المجلد أود عزيز القارئ أن أقدم لك هذه السلسلة الجديدة والتي أطلق عليها اسم سلسلة المزيج الترويجي. وسوف تحتوي - بإذن الله تعالى - هذه المجموعة على خمسة مجلدات أساسية تتناول جميعها بعض الموضوعات المتخصصة في المزيج الترويجي.

يمثل هذا الكتاب المجلد الأول في هذه المجموعة وقد تم تخصيصه لمناقشة موضوع الإعلان. أما المجلد الثاني فسوف يعرض للأصول العلمية والعملية للعلاقات العامة، وسوف يخصص المجلد الثالث لعرض جوانب وأبعاد نشاط الإعلام ومشاكله. ويتناول المجلد الرابع إدارة الدعاية التسويقية، أما المجلد الخامس فسوف يتم تخصيصه لمناقشة مفهوم البيع الشخصي.

وفي الختام يود المؤلف أن يذكر أن الذي دفعه إلى تقديم هذه المجموعة النقص الشديد في المكتبات العربية في مثل هذه الموضوعات التسويقية المتخصصة. ويرجو المؤلف أن تكون هذه المجموعة إسهاما إلى المكتبة العربية تفيد الدارسون والممارسون. والله أسأل العون...

أ.د. محمد عبده حافظ