

۱۵ سؤال در مورد

تبلیغات بومی

ماسیمو موزوی

ترجمه مریم محمدزاده هروی



انتشارات دیروز

۱۴۰۲

سرناسه	موروزی، ماسیمو	Moruzzi, Massimo
عنوان و نام پدیدآور	۱۵ سؤال در مورد تبلیغات بومی / ماسیمو موروزی : ترجمه مریم محمدزاده هروی	
مشخصات نشر	تهران : دبیرش، ۱۴۰۲	
مشخصات ظاهری	۳۶ ص. :	
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۶۰۶۷-۸۰-۵	
وضعیت فهرست‌نویسی	فینا	
یادداشت	عنوان اصلی: 10 Questions about Native Advertising, 2017	
یادداشت	کتابنامه: ص. ۳۶-۳۵	
موضوع	آگهی‌های تبلیغاتی — پرسش‌ها و پاسخ‌ها	
شناسه افزوده	محمدزاده هروی، مریم، ۱۳۳۸ — مترجم	
رده‌بندی کنگره	HF ۶۱۴۶	
رده‌بندی دیویی	۶۵۹/۱۴۴	
شماره کتابشناسی	۹۳۲۹۳۹۳	



کتابخانه

- عنوان: ۱۵ سؤال در مورد تبلیغات بومی
- تألیف: ماسیمو موروزی
- مترجم: مریم محمدزاده هروی
- صفحه‌آرا و طراح جلد: دلارام پری پیکر
- ناشر: انتشارات دبیرش
- شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۰۶۷-۸۰-۵
- چاپ و صحافی: آراین
- نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۲
- شمارگان: ۵۰۰ نسخه
- قیمت: ۴۵۰۰۰۰ ریال
- مرکز پخش: چاپار- ۸۸۸۹۹۶۸۰
- حق چاپ و نشر برای انتشارات دبیرش محفوظ است.

فهرست مطالب

مقدمه.....	۶
۱. تبلیغات بومی چیست؟.....	۷
۲. آیا این یک تمرین جدید است؟.....	۸
۳. آیا تبلیغات بومی قانونی است؟.....	۱۰
۴. آیا بازاریابی محتوا و تبلیغات بومی یکسان هستند؟.....	۱۲
۵. چه اتفاقی برای بازاریابی رسانه‌های اجتماعی افتاد؟.....	۱۴
۶. بازاریابی رسانه‌های اجتماعی امروز چگونه است؟.....	۱۶
۷. بازاریابی به کمک افراد تأثیرگذار چگونه است؟.....	۱۸
۸. آیا تبلیغات بومی فقط در رسانه‌های اجتماعی اتفاق می‌افتد؟.....	۲۰
۹. تبلیغات بومی در روزنامه‌ها چگونه است؟.....	۲۲
۱۰. آیا بدتر از این هم می‌شود؟.....	۲۳
۱۱. آیا تبلیغات بومی مؤثر است؟.....	۲۵
۱۲. چرا مؤثر است؟.....	۲۷
۱۳. آیا پیامدهای منفی دارد؟.....	۲۹
۱۴. آیا تبلیغات بومی باید حذف شود؟.....	۳۱
۱۵. در آینده تبلیغات بومی چه چیزی در انتظار شماست؟.....	۳۳
NOTES.....	۳۵



مقدمه

تبلیغات بومی چیست؟ آیا این یک تمرین جدید است یا چیزی بیشتر از یک نام جدید است؟ آیا قانونی است؟
آیا همان بازاریابی محتوا است؟ چه ارتباطی با آنچه به عنوان بهترین استراتژی بازاریابی محتوا به ما فروخته می‌شود، یعنی بازاریابی رسانه‌های اجتماعی دارد؟
آیا تبلیغات بومی فقط در شبکه‌های اجتماعی اتفاق می‌افتد یا این رویه به روزنامه‌ها هم سرایت کرده است؟
آیا تبلیغات بومی مؤثر هستند؟ برای چه کسانی مؤثر هستند؟ آیا پیامدهای منفی برای جامعه دارد؟
در گذشته چگونه با مشکل برخورد می‌شد؟ آیا تبلیغات بومی باید مقررات‌زدایی شود یا به‌طور جدی‌تری نظارت شود؟ تبلیغات بومی با چه مشکلات دیگری مواجه است؟

