

اعلام موضوعات و شاخص های داوری در جشنواره برترین های تبلیغات ایران

دبیرخانه "جشنواره برترین های تبلیغات ایران" موضوعات و شاخص های داوری در این جشنواره را اعلام کرد. بر این اساس، برای ارزیابی آگهی های تبلیغاتی در هر رشته ای، شاخص هایی تعیین شده و برای هر شاخص طیفی از امتیازات منظور شده است. همچنین در بخش تعیین موضوع برای هر رشته ارزیابی، موضوعات متنوعی در نظر گرفته که در زیر عناوین رشته ها و موضوعات داوری و نیز شاخص های ارزیابی آنها قابل مشاهده است.

رشته	موضوع	انواع
تبلیغات محیطی	تابلوهای تبلیغاتی: ۱- بیلبورد ۲- عرشه پل ۳- استرابورد ۴- پانل های شیشه ای (CLB و ...) ۵- لمپ پست	۱- ۲- ۳- ۴-
	تبلیغ روی مبلمان شهری: ۱- ایستگاه های اتوبوس ۲- کیوسک روزنامه فروشی ۳- تابلوهای مراکز تجاری ۴- داخل فروشگاه ها ۵- ایستگاه مترو	۱- ۲- ۳- ۴-
	تبلیغ روی وسایل حمل و نقل عمومی: ۱- بدنه اتوبوس ها ۲- سالن های ترانزیت ۳- پایانه ها ۴- فرودگاه ۵- راه آهن ۶- مترو	۱- ۲- ۳- ۴-

<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>تبلیغات محیطی جایگزین یا مکمل: ۱- استادیوم‌های ورزشی ۲- مراکز تفریحی ۳- پارکومرها ۴- پمپ بنزین</p>	
<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>تبلیغات حجمی (ماکت‌ها، بالن‌ها و ...)</p>	
<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>فیلم تبلیغاتی (مستند- صنعتی)</p>	<p>تبلیغات دیداری و شنیداری</p>
<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>فیلم سینمایی</p>	
<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>آنونس (آگهی‌های رادیویی)</p>	
<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>پادکست</p>	
<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>آگهی تلویزیونی (با رویکرد فرهنگی)</p>	
<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>آگهی تلویزیونی (با رویکرد آموزشی)</p>	

-۱ -۲ -۳ -۴	آگهی تلویزیونی (رئال)	
-۱ -۲ -۳ -۴	آگهی تلویزیونی (انیمیشن)	
-۱ -۲ -۳ -۴	تبلیغات موبایلی (شبکه‌های اجتماعی و کانال‌ها)	تبلیغات دیجیتال
-۱ -۲ -۳ -۴	بنر اینترنتی	
-۱ -۲ -۳ -۴	تبلیغات مبتنی بر بازی	
-۱ -۲ -۳ -۴		تبلیغات یکپارچه (کمپین‌ها)
-۱ -۲ -۳ -۴	طرح‌های تحقیقات مرتبط با تبلیغات (تحلیل موقعیت، پیش‌آزمون، تحلیل مخاطبان، پس‌آزمون، اثربخشی)	تحقیقات و مطالعات مرتبط با تبلیغات
-۱ -۲ -۳ -۴	آگهی مطبوعاتی شامل مطبوعات و آگهی‌نامه	تبلیغات چاپی

<ul style="list-style-type: none"> -۱ -۲ -۳ -۴ 	<p>پوستر</p>	
<ul style="list-style-type: none"> -۱ -۲ -۳ -۴ 	<p>بروشور</p>	
<ul style="list-style-type: none"> -۱ -۲ -۳ -۴ 	<p>کاتالوگ</p>	
<ul style="list-style-type: none"> -۱ -۲ -۳ -۴ 	<p>برچسب‌ها (لیبل)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> -۱ -۲ -۳ -۴ 	<p>بسته بندی</p>	
<ul style="list-style-type: none"> -۱ -۲ -۳ -۴ 	<p>استفاده از رسانه‌های جمعی</p>	
<ul style="list-style-type: none"> -۱ -۲ -۳ -۴ 	<p>نقش آفرینی مدیریت بحران</p>	<p>فعالیت‌های روابط عمومی در قالب کمپین تبلیغاتی</p>
<ul style="list-style-type: none"> -۱ -۲ -۳ -۴ 	<p>بهره‌گیری از فضای شبکه‌های اجتماعی و جهت‌دهی به افکار عمومی</p>	

<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>هویت بصری برند، طراحی مفهوم، تصویر و شخصیت برند جایگاه سازی طراحی لوگو</p>	<p>برندینگ</p>
<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>حوزه‌های ورزش، همایش‌ها، رویدادهای مهم، موسیقی، هنر، فعالیت‌های عام‌المنفعه</p>	<p>تبلیغات حمایتی و اسپانسرینگ</p>
<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>فروشنده‌گی شخصی، توزیع نمونه محصول</p>	<p>تبلیغات مستقیم</p>
<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>مدیریت مصرف (اصلاح الگوی مصرف)</p>	
<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>ترویج مصرف کالاهای داخلی و کاهش واردات</p>	<p>بخش ویژه (اقتصاد مقاومتی)</p>
<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>تشویق افزایش صادرات غیرنفتی</p>	
<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>مسئولیت اجتماعی و فعالیت‌های زیست محیطی</p>	<p>بخش ویژه (مسئولیت اجتماعی)</p>
<p>-۱ -۲ -۳ -۴</p>	<p>تبلیغات فرهنگی و خدمات عمومی</p>	<p>بخش ویژه (تبلیغات فرهنگی و خدمات عمومی)</p>

