

تعتبر هذه الرسالة بمثابة دراسة شاملة للإعلان المرفق مع الجريدة بإعتباره وسيلة إعلانية هامة بهدف رفع قيمته الوظيفية ودفع المتلقي للإحتفاظ به والإستفادة من وظيفته النفعية، وذلك بدءً بتعريف الإعلان المرفق، ودراسة مميزاته وعيوبه، ومواصفاته، وأهميته وأهدافه، ومعايير تصنيفه، وأشكاله المختلفه وإعتبارات إستخدامها، ومراحل تصميمه. كما تم دراسة الهيئة المرئية للإعلان المرفق مع الجريدة، ثم دراسة الهيئة اللفظية والوظيفية والإخراجية للإعلان المرفق، ثم دراسة لأهم المعايير المؤثرة فى تصميم الإعلان المرفق لرفع قيمته الوظيفية وذلك لضمان رفع القيمة الوظيفية للإعلان المرفق وسهولة إدراكه وسرعة قراءته. ثم إجراء الدراسة التحليلية الوصفية لنماذج من الإعلانات المرفقة مع جريدة الأهرام لدراسة الأوجة السلبية فيها، ثم الدراسة التطبيقية وتتضمن محاولات إبتكارية لتصميم إعلانات مرفقة يتوافر فيها القيمة الوظيفية والجمالية معاً، واخيراً النتائج والتوصيات.