

УДК 811.111(075.8)
ББК 81.432.1я73
3-17

Зайцева Л.А.

Б15 Английский язык в рекламе : учеб. пособие /
Л.А. Зайцева. – 4-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2024. –
110 с. – ISBN 978-5-89349-885-1. – Текст : электронный.

Пособие включает в себя оригинальные тексты английских и американских авторов, раскрывающих существенные вопросы истории и организации рекламы, рассказывающих о значении, методах, типах рекламы, ее законах, правилах, процессе ее создания и управления.

Для студентов высших учебных заведений, а также для предпринимателей, менеджеров, бизнесменов, использующих рекламу в своей деятельности и владеющих английским языком в объеме средней школы.

УДК 811.111(075.8)
ББК 81.432.1я73

ISBN 978-5-89349-885-1

© Зайцева Л.А., 2017
© Издательство «ФЛИНТА», 2017

От автора	5
MARKETING AND ADVERTISING	7
Introduction	7
Advertising and the Modern World	8
Advertising All Over the World	9
History	11
ADVERTISEMENT AS A SERVICE	14
The Ethical Questions	14
Social Benefits	14
ADVERTISING AS A CAREER IN THE USA	17
A Word of Warning	17
Careers in Advertising	18
MASS MEDIA	20
News Agencies	20
Newspapers	21
Periodicals	22
Radio	23
Television	23
METHODS OF ADVERTISING	25
THE ART OF ADVERTISING	30
Message Strategies	31
A Few Words about Creative Strategy	33
Some Final Thoughts about the Message Strategy	34
Creating the Advertising Message	36
Slogans, Logos, Type	38
What's Your Tone?	39
Some Thoughts on Color	40
WEB SITE DEVELOPMENT	43
The Attack of the Gaudy Graphics	43
TYPES OF ADVERTISING	46
Consumer Advertising	46
Media of Consumer Advertising	47
DEVELOPING AN ADVERTISING CAMPAIGN	50
Advertising Campaign	50
Identifying and Analyzing the Advertising Target	51
Defining the Advertising Objectives	51
Creating the Advertising Platform	52
Determining the Advertising Budget	52
Objective and Task Approach	53

Developing the Media Plan	53
Executing the Campaign	54
Evaluating the Effectiveness of the Advertising	54
THE ROLE OF THE ADVERTISING AGENCY OR DEPARTMENT	56
Who Develops the Advertising Campaign?	56
The Functions of Advertising Departments	58
1. Research	58
2. Media Buying	59
3. Creative Work	60
4. Production	61
PUBLICITY AND PUBLIC RELATIONS	63
Kinds of Publicity	64
Uses of Publicity	65
Requirement of a Publicity Program	65
Trends Impacting on Advertising and Public Relations	67
Conclusion	68
SPONSORSHIP	69
Increasing Popularity of Sponsorship	69
ADVERTISING REGULATION	71
In the United States	71
1. Government Regulation	71
2. Industry Regulation	72
In Canada	73
In Other Countries	74
The Advertising Business: Structural Diagram	75
BASIC DEFINITIONS	76
Advertising, Marketing, Promotion, Public Relations and Publicity, and Sales	76
One Definition of Advertising	76
One Definition of Marketing	76
One Definition of Promotion	77
One Definition of Public Relations	77
One Definition of Publicity	77
One Definition of Sales	77
An Example of the Definitions	77
Some Other Definitions	78
MARKETING AND ADVERTISING TERMS	81
BIBLIOGRAPHY	84
ENGLISH-RUSSIAN DICTIONARY	85

От автора

Предлагаемое учебное пособие предназначено для студентов учебных заведений, специальностью которых является реклама. Оно может быть полезно также широкому кругу специалистов, использующих в своей деятельности рекламу — предпринимателям, менеджерам, бизнесменам, работающим в области внешнеэкономических и внешнеторговых связей и прошедших базовый курс обучения английскому языку в объеме средней школы.

Учебное пособие включает в себя 11 разделов, последовательно раскрывающих содержание предмета «Реклама» с учетом знаний студентами специальности; англо-русский словарь; глоссарий некоторых распространенных терминов.

На материале аутентичных текстов в пособии раскрываются существенные вопросы истории и организации рекламы, рассказывается о значении, методах, типах рекламы, ее законах, правилах, процессе ее создания и управления. Использование текстов ведущих зарубежных специалистов в области рекламы делает содержание данного пособия актуальным и представляет профессиональный интерес для читателей.

Одной из основных задач обучения иностранному языку является развитие и совершенствование навыков чтения текстов по специальности, которая может быть реализована в процессе работы над текстами пособия.

Работая со специальной литературой, специалист должен владеть навыками различных видов чтения — ознакомительным, изучающим, просмотровым для извлечения частичной или полной информации. На основе этих текстов возможна работа и над устной речью — формированием умения излагать содержание прочитанного на английском языке, вести беседу в пределах изучаемой тематики. Использование на занятиях разнообразных упражнений для закрепления и активизации языкового мате-