

Министерство образования и науки Российской Федерации  
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

---

Г.Б. ПАРШУКОВА

# РЕКЛАМА В КОММУНИКАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ

Учебно-методическое пособие

НОВОСИБИРСК  
2011

ББК 60.842.6я73+65.47-32я73  
П 189

Рецензенты: *В.А. Лопатина*, ст. преподаватель;  
*М.А. Бовтенко*, д-р пед. наук, директор информационной службы

**Паршукова Г.Б.**

П 189 Реклама в коммуникационном процессе: учеб.-метод. пособие /  
Г.Б. Паршукова. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2011. – 36 с.

ISBN 978-5-7782-1879-6

Данное учебно-методическое пособие посвящено рекламе как виду интегрированных маркетинговых коммуникаций и актуальной составляющей коммуникации современного общества.

Пособие содержит краткое теоретическое обоснование изучаемых тем и практические задания.

Адресовано бакалаврам по направлению 0302601.62, а также бакалаврам других направлений, изучающим рекламоведение.

Работа подготовлена на кафедре социально-массовых коммуникаций  
и утверждена Редакционно-издательским советом университета  
в качестве учебно-методического пособия

**ББК 60.842.6я73+65.47-32я73**

**ISBN 978-5-7782-1879-6**

© Паршукова Г.Б., 2011  
© Новосибирский государственный  
технический университет, 2011

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Основные понятия в рекламе .....	4
Скрытая реклама .....	6
Рекламные средства .....	7
Телебренд.....	11
Нейминг .....	12
Восприятие текста рекламы .....	15
Цветовое восприятие рекламы.....	16
Психологические причины применения запахов в рекламе.....	19
Штампы и приемы рекламы .....	22
Правила создания рекламных сообщений .....	25
Креативный бриф. ....	30
Список источников .....	33