

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 рекламу.

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