

УДК 659.1(075.8)

ББК 65.291.34я73-1+65.47я73-1+76.006.5я73-1

075

Авторский коллектив:

*Ю.С. Бернадская, Л.М. Дмитриева, Т.А. Костылева,
С.С. Марочкина, Л.С. Ракитина, Л.Ф. Смотров*

Рецензенты:

доктор исторических наук *Н.А. Томилов*,
доктор экономических наук *В.В. Карпов*

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*,
кандидат юридических наук, доктор экономических наук,
лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники

075 Основы рекламы: учебник для студентов вузов, обучающихся в вузов, обучающихся по специальностям 032401 «Реклама», 080301 «Коммерция (торговое дело)», 080111 «Маркетинг» / [Ю.С. Бернадская и др.]; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 351 с. — (Серия «Азбука рекламы»).

И. Дмитриева, Лариса Михайловна, ред.

ISBN 978-5-238-01252-0

Агентство СІР РГБ

Учебник подготовлен в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования (федеральный компонент). Представлена стройная система взглядов на современную рекламно-информационную деятельность и перспективы ее развития.

Рассмотрены основные вехи истории развития рекламы, роль рекламы в системе маркетинговых коммуникаций, особенности использования различных средств распространения рекламы, основные концепции и методы разработки рекламной продукции, организация и проведение рекламных кампаний, а также контроль их эффективности, уделяется внимание современному состоянию рекламного рынка.

Теоретический материал сопровождается обширным библиографическим списком, терминологическим словарем, контрольными и тестовыми вопросами.

Для студентов высших учебных заведений, изучающих рекламу, PR, маркетинг и коммерческое (торговое) дело.

ББК 65.291.34я73-1+65.47я73-1+76.006.5я73-1

ISBN 978-5-238-01252-0

© Коллектив авторов, 2007

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2007

Воспроизведение всей книги или любой ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в Интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства.

© Оформление «ЮНИТИ-ДАНА», 2007

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОТ АВТОРОВ	3
Глава 1. РЕКЛАМА И ОБЩЕСТВО	5
1.1. Сущность и задачи рекламы	5
1.2. Виды рекламы	9
1.3. Рекламный процесс и его участники	20
Контрольные вопросы	24
Библиографический список	24
Глава 2. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ	26
2.1. История античной рекламы	26
2.2. Реклама в западноевропейском Средневековье	30
2.3. Европейская реклама Нового времени	38
2.4. История отечественной рекламы	44
Контрольные вопросы	60
Библиографический список	61
Глава 3. РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ	62
3.1. Теория коммуникации, применимая к рекламе	62
3.2. Реклама в системе маркетинговых концепций	65
3.3. Система маркетинговых коммуникаций и ее составляющие	69
3.4. Стимулирование сбыта	79
3.5. Прямой маркетинг	85
3.6. Паблик рилейшнз	87
Контрольные вопросы	90
Библиографический список	90

Глава 4. СРЕДСТВА РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ	92
4.1. Реклама в прессе	92
4.2. Реклама на телевидении	100
4.3. Реклама на радио	104
4.4. Наружная и транзитная реклама	107
4.5. Выставки и ярмарки	115
4.6. Реклама в кинотеатрах	123
4.7. Полиграфическая реклама	126
4.8. Реклама в сети Интернет	127
4.9. Рекламные сувениры	134
4.10. Прямая почтовая реклама	136
Контрольные вопросы	141
Библиографический список	141
Глава 5. ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ РЕКЛАМНЫХ ОБРАЩЕНИЙ	143
5.1. Структура вербальной части рекламы	143
5.2. Имя бренда	147
5.3. Уникальное торговое предложение (УТП)	148
5.4. Лексика рекламы	152
5.5. Аргументация в рекламе	157
Контрольные вопросы	167
Библиографический список	168
Глава 6. ПЛАНИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ	170
6.1. Виды рекламной кампании и основные этапы планирования	170
6.2. Определение рекламной стратегии	176
6.3. Типы рекламных стратегий	178
6.4. Методы формирования рекламного бюджета	185
6.5. Выбор средств распространения и носителей рекламы	188
Контрольные вопросы	191
Библиографический список	192
Глава 7. РЕКЛАМНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ	193
7.1. Рекламные исследования	193
7.2. Эффективность рекламы	202
Контрольные вопросы	210
Библиографический список	210

Глава 8. СОВРЕМЕННЫЙ РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК	212
8.1. Мировой рынок рекламы	212
8.2. Российский рекламный рынок	217
8.3. Международная реклама	224
8.4. Кросскультурный анализ рекламной коммуникации	229
8.5. Специфика восприятия рекламы в некоторых странах	238
Контрольные вопросы	242
Библиографический список	243
Глава 9. РЕКЛАМА В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	245
9.1. Рекламная деятельность промышленных предприятий	245
9.2. Мерчандайзинг	254
9.3. Особенности рекламной деятельности туристических фирм	265
9.4. Реклама банковских услуг	273
Контрольные вопросы	277
Библиографический список	278
ПРИЛОЖЕНИЯ	279
105 проверочных тестов	279
Краткий словарь терминов	296
Федеральный закон о рекламе	315