

# Оглавление

**Предисловие**

**Введение**

**Глава 1. Исторические этапы развития рекламы**

1.1. Реклама в допечатный период

1.2. Развитие печатных СМИ и рекламы  
в Европе и США

1.3. Специфика развития рекламы в России

1.4. Взаимное влияние рекламы и СМИ друг  
на друга в XX в

*Вопросы для обсуждения*

*Литература*

**Глава 2. Реклама в современном обществе**

2.1. Значение и роль рекламы в современном  
обществе

2.2. Основные критерии классификации  
рекламы

2.3. Классификация рекламы в СМИ

2.4. Мировой рынок рекламы

*Вопросы для обсуждения*

*Литература*

**Глава 3. Реклама в системе маркетинга**

3.1. Основные понятия маркетинга

3.2. Рыночная методология маркетинга

3.3. Маркетинговые коммуникации

### 3.4. Основные технологии маркетинговых коммуникаций

*Вопросы для обсуждения*

*Литература*

## **Глава 4. Рекламный процесс и его участники**

4.1. Рекламодаделец — инициатор рекламного процесса

4.2. Рекламные агентства

4.3. Каналы распространения рекламы

*Вопросы для обсуждения*

*Литература*

## **Глава 5. Реклама как продукт: основные жанры рекламы**

5.1. Коллаж — основной жанр печатной рекламы

5.2. Структура рекламного аудиоролика и особенности его разработки

5.3. Рекламный ролик (клип) как основной жанр рекламы на телевидении

*Вопросы для обсуждения*

*Литература*

## **Глава 6. Психологические аспекты восприятия рекламы**

6.1. Целевая аудитория рекламных посланий

6.2. Теории конструирования потребительского отклика

6.3. Психологические особенности  
потребительского восприятия рекламы

6.4. Изучение воздействия рекламы

*Вопросы для обсуждения*

*Литература*

## **Глава 7. Рекламная кампания и этапы ее проведения**

7.1. Роль исследований для рекламной  
индустрии

7.2. Стратегическое и тактическое  
планирование рекламной кампании

7.3. Оценка эффективности рекламы

*Вопросы для обсуждения*

*Литература*

## **Глава 8. Продажа рекламы в каналах распространения**

8.1. Организация рекламных продаж в  
печатных СМИ

8.2. Особенности рекламных продаж на  
телевидении

8.3. Продажа рекламы на радио

8.4. Специфика рекламных продаж в  
наружной рекламе

*Вопросы для обсуждения*

*Литература*

## **Глава 9. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности**

- 9.1. Комплекс правового регулирования рекламы
- 9.2. Федеральный закон «О рекламе»: общие и специфические требования
- 9.3. Правовое регулирование политической рекламы
- 9.4. Этическое регулирование рекламы

*Вопросы для обсуждения*

*Литература*

**Вместо заключения**

**Глоссарий**

**Приложение 1**

**Приложение 2**

**Приложение 3**

**Приложение 4**

**Приложение 5**