

**Карпова, С. В.**

Рекламное дело : учебник для бакалавров / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2013. — 431 с. — Серия : Бакалавр. Базовый курс.

## Оглавление

|                  |   |
|------------------|---|
| Предисловие..... | 6 |
|------------------|---|

### Раздел 1. ПОНЯТИЕ РЕКЛАМЫ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

|  |            |
|--|------------|
| <b>Глава 1. История возникновения рекламы.....</b>                                 | <b>13</b>  |
| 1.1. История возникновения международной рекламы.....                              | 13         |
| 1.2. История возникновения российской рекламы.....                                 | 19         |
| <i>Контрольные вопросы и задания.....</i>  | <i>22</i>  |
| <b>Глава 2. Понятие рекламы и ее место<br/>в системе маркетинга.....</b>           | <b>23</b>  |
| 2.1. Основные понятия в рекламе.....   | 23         |
| 2.2. Реклама и общество.....   | 30         |
| 2.3. Место рекламы в системе маркетинга.....                                       | 36         |
| 2.4. Реклама как процесс.....  | 44         |
| <i>Контрольные вопросы и задания.....</i>  | <i>62</i>  |
| <b>Глава 3. Регулирование рекламной деятельности.....</b>                          | <b>63</b>  |
| 3.1. Международное регулирование рекламы.....                                      | 63         |
| 3.2. Регулирование рекламной деятельности в России.....                            | 67         |
| <i>Контрольные вопросы и задания.....</i>  | <i>78</i>  |
| <b>Глава 4. Современные направления развития рекламы... </b>                       | <b>79</b>  |
| 4.1. Влияние финансово-экономических кризисов<br>на развитие рекламы в России..... | 79         |
| 4.2. Особенности современного развития рекламы.....                                | 88         |
| 4.3. Развитие российского рекламного рынка.....                                    | 97         |
| 4.4. Развитие отдельных средств распространения<br>рекламы.....                    | 102        |
| <i>Контрольные вопросы и задания.....</i>  | <i>122</i> |

### Раздел 2. ВИДЫ И СРЕДСТВА РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ

|   |            |
|---|------------|
| <b>Глава 5. Виды рекламы.....</b>         | <b>125</b> |
| 5.1. Классификация видов рекламы.....     | 125        |
| 5.2. Отдельные виды рекламы.....          | 131        |
| <i>Контрольные вопросы и задания.....</i> | <i>167</i> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>Глава 6. Средства распространения рекламы.....</b>                | <b>168</b> |
| 6.1. Общие понятия о средствах распространения<br>рекламы.....       | 168        |
| 6.2. Характеристика основных средств<br>распространения рекламы..... | 176        |
| 6.3. Особенности использования рѣИс геЙюпз (РК).....                 | 277        |
| <i>Контрольные вопросы и задания.....</i>                            | <i>282</i> |

### **Раздел 3. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМЫ**

|  |            |
|--|------------|
| <b>Глава 7. психология потребительского воздействия<br/>рекламы.....</b> | <b>285</b> |
| 7.1. Взаимодействие рекламы и психологии.....                            | 285        |
| 7.2. Мотивы потребительского поведения.....                              | 290        |
| <i>Контрольные вопросы и задания.....</i>                                | <i>308</i> |
| <b>Глава 8. Суггестия в рекламной практике.....</b>                      | <b>309</b> |
| 8.1. Понятие суггестии в рекламе.....                                    | 309        |
| 8.2. Создание фирменного стиля.....                                      | 314        |
| <i>Контрольные вопросы и задания.....</i>                                | <i>316</i> |
| <b>Глава 9. Психология цвета и формы в рекламе.....</b>                  | <b>317</b> |
| 9.1. Психология цвета.....   | 317        |
| 9.2. Психология формы.....   | 325        |
| <i>Контрольные вопросы и задания.....</i>                                | <i>327</i> |

### **Раздел 4. ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

|  |            |
|--|------------|
| <b>Глава 10. Организация деятельности<br/>рекламных служб.....</b>             | <b>331</b> |
| 10.1. Современные тенденции деятельности<br>рекламных агентств.....            | 331        |
| 10.2. Понятие деятельности рекламных агентств.....                             | 335        |
| 10.3. Особенности организации деятельности<br>рекламных агентств в России..... | 341        |
| 10.4. Специфика управления рекламной деятельностью....                         | 344        |
| 10.5. Деятельность рекламных агентств в Интернете.....                         | 348        |
| <i>Контрольные вопросы и задания.....</i>                                      | <i>350</i> |
| <b>Глава 11. Планирование рекламной кампании.....</b>                          | <b>351</b> |
| 11.1. Программа планирования рекламы.....                                      | 351        |
| 11.2. Методы и способы оценки эффективности рекламы... ..                      | 370        |
| 11.3. Особенности оценки эффективности российской<br>рекламы.....              | 375        |
| <i>Контрольные вопросы и задания.....</i>                                      | <i>377</i> |

|                                  |            |
|----------------------------------|------------|
| <b>Литература.....</b>           | <b>378</b> |
| <b>Приложения.....</b>           | <b>381</b> |
| <b>Программа дисциплины.....</b> | <b>391</b> |
| <b>Глоссарий.....</b>            | <b>393</b> |
| <b>Практикум.....</b>            | <b>411</b> |