

**Поляков, В. А.**

Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 502 с.: 16 л. ил. — Серия: Бакалавр. Академический курс.

## Оглавление

Предисловие.....	6
Введение.....	9

### Раздел I. РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

<b>Глава 1. Рекламный продукт: сущность, стратегии разработки и продвижения.....</b>	<b>17</b>
1.1. Понятие и специфика рекламного продукта.....	17
1.2. Концепции товара в рекламе.....	29
1.3. Понятие стратегии рекламной деятельности.....	36
1.4. Стратегии рекламных обращений.....	44
1.5. Бриф как основа создания рекламного продукта.....	59
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>63</i>
<i>Практические задания.....</i>	<i>64</i>
<i>Тесты.....</i>	<i>64</i>
<b>Глава 2. Рекламное сообщение: процессы разработки и реализации творческих концепций.....</b>	<b>66</b>
2.1. Понятие и особенности работы с рекламным обращением.....	67
2.2. Методики мотивации рекламных обращений и концепции креативного творчества в рекламе.....	86
2.3. Процессы создания рекламных текстов.....	111
2.4. Процессы формирования визуальных образов в рекламе и методики тестирования рекламы.....	123
2.5. Вопросы организации творческой деятельности в рекламном агентстве.....	149
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>164</i>
<i>Практические задания.....</i>	<i>165</i>
<i>Тесты.....</i>	<i>168</i>

### Раздел II. ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

<b>Глава 3. Основы технологии рекламной деятельности ...</b>	<b>173</b>
3.1. Понятие инструментария и технологии рекламной деятельности.....	173

3.2. Технологии проторекламы.....	184
3.3. Тенденции в рекламе, связанные с глобализацией рекламного пространства.....	228
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	236
<i>Практические задания.....</i>	237
<i>Тесты.....</i>	237
<b>Глава 4. Технологии создания печатной рекламы.....</b>	<b>239</b>
4.1. Оригинал-макет и технологии его создания.....	239
4.2. Шрифты в макетировании.....	253
4.3. Полиграфические технологии.....	261
4.4. Основные носители и материалы в рекламной полиграфии.....	280
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	294
<i>Практические задания.....</i>	295
<i>Тесты.....</i>	295
<b>Глава 5. Технологии производства наружной рекламы... 297</b>	<b>297</b>
5.1. Особенности макетирования и «привязки» наружной рекламы к месту установки.....	297
5.2. Технологии производства наружной рекламы.....	305
5.3. Стационарная наружная реклама.....	307
5.4. Световые, проекционные и динамические рекламные установки.....	311
5.5. Реклама на движущихся носителях.....	321
5.6. Основные материалы в наружной рекламе.....	325
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	333
<i>Практические задания.....</i>	333
<i>Тесты.....</i>	334
<b>Глава 6. Технологии производства видеорекламы..... 335</b>	<b>335</b>
6.1. Средства видеорекламы и их технические характеристики.....	335
6.2. Технологические этапы производства видеоролика.....	350
6.3. Особенности подготовки создания видеорекламы.....	357
6.4. Технологии видеосъемки.....	368
6.5. Технологии видеомонтажа.....	371
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	378
<i>Практические задания.....</i>	378
<i>Тесты.....</i>	379
<b>Глава 7. Технологии производства радиорекламы..... 380</b>	<b>380</b>
7.1. Типология радиорекламы.....	380
7.2. Особенности создания сценария радиорекламы.....	386
7.3. Производство радиорекламы.....	394
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	401
<i>Практические задания.....</i>	401
<i>Тесты.....</i>	402

<b>Глава 8. Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе</b> .....	<b>403</b>
8.1. Сущность понятия и классификация мультимедиа.....	403
8.2. Современные мультимедийные технологии в рекламе....	407
8.3. Рекламные технологии в Интернете.....	422
8.4. Виды рекламы в Интернете.....	437
<i>Контрольные вопросы и задания</i> .....	448
<i>Практические задания</i> .....	448
<i>Тесты</i> .....	449
<b>Глава 9. Методические подходы к обеспечению и оценке эффективности рекламной деятельности</b> . . . . .	<b>450</b>
9.1. Разработка управленческих решений по бюджету рекламной деятельности.....	450
9.2. Оценка рекламной деятельности.....	463
9.3. Комплексная оценка результата маркетинговых коммуникаций в рекламной кампании.....	476
<i>Контрольные вопросы и задания</i> .....	489
<i>Практические задания</i> .....	489
<i>Тесты</i> .....	490
<b>Литература</b> .....	<b>492</b>
<b>Ответы на тесты</b> .....	<b>494</b>
<b>Приложения</b> .....	<b>495</b>