

**Карпова, С. В.**

Международная реклама : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 473 е., 32 с. ил. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

## Оглавление

<b>Предисловие.....</b>	<b>6</b>
<b>Глава 1. Реклама в системе международного маркетинга.....</b>	<b>Ю</b>
1.1. История возникновения и место рекламы в системе международного маркетинга.....	И
1.1.1. История развития рекламы.....	11
1.1.2. История рекламы в России.....	24
1.1.3. Место рекламы в системе международного маркетинга.....	30
1.2. Понятие и сущность международной рекламы.....	35
1.3. Регулирование рекламной деятельности на внешнем рынке.....	41
1.3.1. Международное регулирование рекламы.....	41
1.3.2. Регулирование рекламы в России.....	52
1.4. Современные направления развития международной рекламы.....	59
1.4.1. Причины появления международной рекламы.....	59
1.4.2. Тенденции в развитии отдельных средств распространения международной рекламы.....	69
1.5. Специфика рекламной деятельности разных стран.....	91
1.5.1. Общие понятия и особенности рекламной деятельности.....	91
1.5.2. Специфика рекламы в США и Канаде.....	95
1.5.3. Специфика рекламы в Европе.....	100
1.5.4. Специфика азиатской рекламы.....	108
1.5.5. Специфика рекламы других стран.....	115
1.6. Особенности рекламной практики в России.....	116
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>120</i>
<b>Глава 2. Виды и средства распространения международной рекламы.....</b>	<b>122</b>
2.1. Виды международной рекламы.....	122
2.1.1. Классификация видов международной рекламы.....	122

2.1.2. Отдельные виды рекламы.....	126
2.2. Средства распространения рекламы.....	143
2.2.1. Реклама в прессе.....	145
2.2.2. Печатная реклама.....	160
2.2.3. Телереклама.....	163
2.2.4. Радиореклама.....	172
2.2.5. Аудиовизуальная реклама.....	176
2.2.6. Наружная реклама.....	179
2.2.7. Реклама на месте продажи.....	191
2.2.8. Внутренняя реклама.....	194
2.2.9. Сувенирная реклама.....	202
2.2.10. Прямая почтовая реклама.....	203
2.2.11. Связи с общественностью.....	210
2.2.12. Реклама на выставках (ярмарках).....	216
2.2.13. Компьютеризированная реклама.....	219
2.3. Нетрадиционные средства распространения международной рекламы (ВТЬ-технологии).....	226
<i>Контрольные вопросы и задания</i> .....	236
<b>Глава 3. Психологические аспекты международной рекламы.....</b>	<b>237</b>
3.1. Потребительское восприятие рекламы на внешнем рынке.....	238
3.1.1. Аспекты взаимодействия рекламы и психологии... 238	
3.1.2. Мотивы потребительского поведения.....	254
3.1.3. Оценка последовательности психологического воздействия рекламы.....	265
3.1.4. Ощущения в рекламе.....	287
3.2. Суггестия в международной рекламной практике.....	290
3.2.1. Понятие суггестии.....	290
3.3. Психология цвета, формы и звука в международной рекламной практике.....	297
<i>Контрольные вопросы и задания</i> .....	314
<b>Глава 4. Организация рекламной деятельности на внешнем рынке.....</b>	<b>316</b>
4.1. Стандартизация и адаптация в международной рекламе.....	317
4.1.1. Общие понятия стандартизации и адаптации рекламы.....	317
4.1.2. Адаптация международной рекламы.....	321
4.1.3. Стандартизация международной рекламы.....	338

4.2. Деятельность рекламных служб на внешнем рынке.....	348
4.3. Планирование рекламной кампании на внешнем рынке .....	374
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>399</i>
Приложение 1.....	400
Приложение 2.....	402
Приложение 3.....	412
Приложение 4.....	417
Приложение 5.....	418
Приложение 6.....	420
Приложение 7.....	422
Приложение 8.....	424
Приложение 9.....	427
Приложение 10.....	429
<b>Практикум.....</b>	<b>432</b>
<b>1. Тесты.....</b>	<b>432</b>
<b>2. Ситуационные задачи.....</b>	<b>439</b>
Деловая игра «Международная рекламная кампания» . . .	448
<b>Приложение к практикуму.....</b>	<b>454</b>
<b>Литература.....</b>	<b>464</b>
<b>Глоссарий. . . . .</b>	<b>468</b>