

Мазилкина Е.И.

Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие / Е. И. Мазилкина. — 2-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2016. — 256 с.

Содержание

Введение	6
Глава 1. Система маркетинговых коммуникаций	7
1.1. Комплекс маркетинга.....	7
1.2. Роль продвижения в комплексе маркетинга.....	10
1.3. Понятие и сущность маркетинговых коммуникаций.....	12
Практикум.....	19
Глава 2. Психологические основы коммуникационного воздействия	23
2.1. Когнитивный аспект коммуникационного воздействия.....	23
2.2. Эмоциональный аспект коммуникационного воздействия.....	27
2.3. Поведенческий аспект коммуникационного воздействия.....	28
2.4. Суггестивный аспект коммуникационного воздействия.....	32
Практикум.....	34
Глава 3. Реклама	37
3.1. Реклама: история и современность.....	37
3.2. Телевизионная реклама.....	41
3.3. Радиореклама.....	44
3.4. Реклама в газетах и журналах.....	46
3.5. Наружная реклама.....	49
Практикум.....	51
Глава 4. Прямой маркетинг	54
4.1. Становление прямого маркетинга.....	54
4.2. Личная продажа.....	62
4.3. Директ-мейл.....	70
4.4. Телефон-маркетинг.....	82
4.5. Телемаркетинг.....	86
Практикум.....	90

Глава 5. Связи с общественностью.....	94
5.1. История развития связей с общественностью.....	94
5.2. Технология реализации связей с общественностью.....	96
5.3. Взаимодействие с представителями прессы.....	97
5.4. Фирменный стиль и связи с общественностью.....	99
Практикум.....	105
Глава 6. Стимулирование сбыта.....	109
6.1. Достоинства и недостатки стимулирования сбыта.....	109
6.2. Скидки в системе стимулирования сбыта.....	111
6.3. Сэмплинг.....	116
6.4. Конкурсы и лотереи.....	118
Практикум.....	123
Глава 7. Брендинг.....	126
7.1. История развития товарных знаков и брендинга.....	126
7.2. Виды товарных знаков.....	132
7.3. Регистрация и правовое регулирование использования товарных знаков.....	137
7.4. Современные технологии брендинга.....	145
Практикум.....	156
Глава 8. Выставки и ярмарки.....	161
8.1. Становление выставочно-ярмарочной деятельности.....	161
8.2. Ярмарки.....	164
8.3. Выставки.....	167
8.4. Подготовка стенда и персонала к выставке.....	177
Практикум.....	190
Глава 9. Спонсорство.....	194
9.1. История развития спонсорства.....	194
9.2. Понятие и сущность спонсорства.....	195
9.3. Виды спонсорства.....	197
9.4. Событийный маркетинг.....	205
Практикум.....	208

Глава 10. Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продажи.....	212
10.1. История развития торговой рекламы.....	212
10.2. Мерчендайзинг.....	214
10.3. Витрины.....	220
10.4. Торговое оборудование и выкладка товаров.....	223
Практикум.....	240
Глоссарий.....	245
Литература.....	252