

Тевлюкова, О. Ю.

Социология рекламы : учеб. пособие / О. Ю. Тевлюкова ;
Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. — Новоси-
бирск : НГУЭУ, 2016. — 140 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	5
Введение.....	8
Глава 1. Реклама как объект изучения социологии.....	10
1.1. Социология рекламы как научная и учебная дисциплина	10
1.2. Понятие рекламы.....	17
1.3. Классификация рекламы	22
Глава 2. Особенности современного этапа развития рекламы.....	27
2.1. Мировой рекламный рынок: состояние, тенденции развития.....	27
2.2. Российский рекламный рынок.....	33
2.3. Социокультурные особенности восприятия рекламы.....	39
Глава 3. Рекламные коммуникации в современном обществе.....	51
3. . Реклама как вид коммуникации.....	51
3.1. Система маркетинговых коммуникаций.....	55
3.3. Сегментирование аудитории рекламной коммуникации.....	61
Глава 4. Организация рекламной деятельности.....	72
4.1. Рекламная деятельность и рекламный процесс	72
4.2. Организация работы рекламной службы фирмы.....	73
4.3. Структура и функции рекламного агентства	76
4.4. Саморегулирование рекламной деятельности.....	83
4.5. Государственное регулирование рекламной деятельности.....	87

Глава 5. Рекламные исследования: виды и методы.....	98
5.1. Виды исследований в рекламе.....	98
5.2. Социологические методы исследования рекламы.....	101
5.3. Психологические методы изучения рекламы	106
5.4. Изучение каналов рекламной коммуникации (медиаисследования).....	1 Ю
5.5. Оценка эффективности рекламы	114
Заключение.....	123
Список рекомендуемой литературы.....	125
Глоссарий.....	128