

**Шарков, Феликс Изосимович.**

Рекламная деятельность: учебник/ Ф.И. Шарков. — Москва: КНОРУС, 2018. - 288 с. - (Бакалавриат).

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение</b> .....	<b>4</b>
<b>Глава 1. РЕКЛАМА КАК КОММУНИКАЦИЯ: ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И МЕТОДИКИ</b> .....	<b>9</b>
1.1. Понятие и сущность интегрированных маркетинговых коммуникаций .....	9
1.2. Сущность рекламы как разновидности коммуникации .....	23
1.3. Реклама как механизм общественных связей и отношений .....	29
<b>Глава 2. РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СИСТЕМЕ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ</b> .....	<b>35</b>
2.1. Интеграция маркетинговых коммуникаций в процессе рекламной деятельности .....	35
2.2. Директ-маркетинг в системе рекламных коммуникаций .....	48
2.3. Интеграция личных продаж в рекламные коммуникации .....	53
2.4. Управление брендом как рекламная стратегия .....	56
2.5. Рекламные коммуникации в бизнес-организациях .....	71
<b>Глава 3. ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРАКТИКА РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b> .....	<b>77</b>
3.1. Планирование и проведение рекламных кампаний .....	77
3.2. Целевая аудитория в рекламной коммуникации .....	98
3.3. Лояльность клиента как результат рекламной деятельности .....	107
3.4. Практика управления рекламными коммуникациями .....	125
<b>Глава 4. ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b> .....	<b>134</b>
4.1. Применение нейролингвистического программирования в процессе рекламной деятельности .....	134
4.2. Использование технологии информационного воздействия в рекламных коммуникациях .....	143
4.3. Рекламное интервью как средство рекламной деятельности .....	169
4.4. Рекламные технологии в информационном бизнесе .....	193
4.5. Интерактивные технологии в видеорекламе .....	204
<b>Глоссарий</b> .....	<b>215</b>
<b>Литература</b> .....	<b>287</b>