

Отвагина, И. Е.

Региональный коммуникационный рынок : учеб. пособие /
И. Е. Отвагина; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. —
Новосибирск : НГУЭУ, 2021. — 150 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	5
ВВЕДЕНИЕ.....	6
Глава 1. КОММУНИКАЦИОННЫЙ РЫНОК: СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА, ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ	
§ 1.1. Структура коммуникационного рынка.....	7
§ 1.2. Коммуникационные агентства и их функции.....	12
§ 1.3. Организационная структура коммуникационных агентств.....	15
§ 1.4. PR-агентства и коммуникационные агентства.....	20
Глава 2. ОСНОВНЫЕ ПРОЦЕССЫ КОММУНИКАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ	
§ 2.1. Стратегическое планирование в коммуникационном агентстве.....	30
§ 2.2. Основные этапы стратегического планирования коммуникаций организации.....	32
§ 2.3. Оценка эффективности коммуникационной кампании.....	35
§ 2.4. Разработка клиентского брифа.....	36
§ 2.5. Разработка креативного брифа.....	39
§ 2.6. Творческий процесс в коммуникационном агентстве.....	41
Глава 3. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ СУБЪЕКТОВ РЕГИОНАЛЬНОГО КОММУНИКАЦИОННОГО РЫНКА: КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО И ЗАКАЗЧИК	
§ 3.1. Условия проведения тендера по выбору коммуникационного агентства.....	50
§ 3.2. Этапы проведения отбора коммуникационного агентства.....	55
§ 3.3. Соблюдение отдельных условий при проведении тендера: бриф, соблюдение авторских прав и конфиденциальности, сроки и периодичность.....	60
§ 3.4. Формы оплаты услуг коммуникационного агентства.....	62

**Глава 4. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ СУБЪЕКТОВ
РЕГИОНАЛЬНОГО КОММУНИКАЦИОННОГО РЫНКА:
КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО И ПОДРЯДЧИК**

§ 4.1. Отношения коммуникационного агентства с подрядчиками по размещению наружной рекламы	68
§ 4.2. Отношения коммуникационного агентства с подрядчиками в ходе производства аудио- и визуальных материалов	76

**Глава 5. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ**

§ 5.1. Тенденции развития рынка коммуникационных услуг в России	81
§ 5.2. Региональные коммуникационные рынки, особенности работы на них	89
§ 5.3. Взаимоотношения участников регионального коммуникационного рынка, их организация	93
§ 5.4. Основные виды коммуникаций на региональном коммуникационном рынке	97

**Глава 6. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ
РЕГИОНАЛЬНОГО КОММУНИКАЦИОННОГО РЫНКА**

§ 6.1. Роль органов исполнительной власти региона в регулировании коммуникационного рынка	102
§ 6.2. Меры воздействия антимонопольной службы на коммуникационный рынок	108
§ 6.3. Особенности работы органов исполнительной власти на коммуникационном рынке Новосибирской области	113
§ 6.4. Роль Федеральной антимонопольной службы в регулировании коммуникационного рынка	118
§ 6.5. Федеральный закон «О рекламе»	121
§ 6.6. Федеральный закон «О защите конкуренции»	127
§ 6.7. Основные требования к наружной рекламе и размещению рекламных конструкций	132
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	145
ГЛОССАРИЙ	147