

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Глава 1. ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ	9
1.1. Базовые определения	9
1.2. Общие требования к рекламе	14
1.3. История развития рекламы	41
1.4. История развития отечественной рекламы	73
Глава 2. ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	98
2.1. Классификация рекламы	98
2.2. Деятельность рекламных агентств	104
2.3. Рекламная деятельность в системе маркетинга. Маркетинг в сфере рекламы	111
Глава 3. РАСПРОСТРАНЕНИЕ РЕКЛАМЫ	117
3.1. Виды и жанры рекламы	117
3.2. Разработка и начальный этап рекламной кампании: фокус-группа и прямая почтовая рассылка	127
3.3. Выставки, ярмарки и презентации	132
Глава 4. СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ ...	138
4.1. Мировой рынок рекламы	138
4.2. Современная рекламная политика	148
4.3. Особенности современного этапа развития рекламы. Проблемы развития отечественного рекламного рынка	160
4.4. Перспективные направления рекламной деятельности. Среда Интернет	170
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	182
ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ, КУРСОВЫХ И ДИПЛОМНЫХ РАБОТ ...	184
ТЕМЫ КУРСОВЫХ И ДИПЛОМНЫХ РАБОТ	186
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	188
ПРИЛОЖЕНИЯ	193