

## СОДЕРЖАНИЕ

Тема 1. Интегрированные маркетинговые коммуникации	4
Тема 2. Маркетинговое мышление и стратегия интегрированных коммуникаций	18
Тема 3. Рекламные инструменты ИМК	28
Тема 4. Средства распространения рекламы как элемента ИМК	35
Тема 5. Разработка рекламного бюджета	56
Тема 6. Формы оценки эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций	64
Тема 7. Инструменты подготовки и реализации интегрированных связей с общественностью	68
Тема 8. Инструменты интегрированного стимулирование сбыта	93
Тема 9. Инструменты интегрированного делового общения как элемент коммуникации	103
Тема 10. Инструменты подготовки и реализации интегрированных личных продаж	143
Тема 11. Инструменты интегрированного сетевого маркетинга как вида продажи	163
Тема 12. Инструменты интегрированных выставок, ярмарок, аукционов	182
Тема 13. Инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций (мерчандайзинг)	206
Тема 14. Планирование и организация интегрированных маркетинговых коммуникаций	220
Список литературы	225