

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	4
Исторические этапы развития рекламы	4
Средства рекламы	22
Виды рекламы	26
Интернет как рекламоноситель	38
Рекламный маркетинг	44
Рекламные кампании	53
Многообразие рекламной деятельности	63
Построение композиции рекламы	78
Основные жанры и виды PR-текстов	84
Буктрейлер – современный способ продвижения книги	89
Правовое регулирование и социально-этические аспекты рекламной деятельности	102
ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	113
Рекламные средства	113
Теле- и радиореклама	120
Реклама в прессе и печатная реклама	125
Наружная и транзитная реклама	140
Интернет-реклама	147
Вспомогательные средства рекламы	162
Разновидности рекламных кампаний	179
PR-тексты	189
Маркетинг в сфере издательской деятельности	195
РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	206
Тема «Комплексный анализ интернет-рекламы, применяемой для продвижения и реализации издательской продукции»	210
Тема «Анализ наружной рекламы»	234
Тема «Подготовка рекламных материалов для организации»	265
Тема «Разработка рекламной кампании организации отрасли»	287
Тема «Разработка PR-мероприятий по выпуску в свет печатного издания (журнала, каталога, серии книг)»	313
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	328
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	328
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ	329