

Объектом электронного учебника является издание
Костина А.В. Основы рекламы : учебное пособие / А.В. Костина,
Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин. — М. : КНОРУС, 2006. — 352 с.

РАЗДЕЛ 1. РЕКЛАМА: СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА, ФУНКЦИИ

Глава I. Реклама как экономический и социокультурный феномен

Глава II. Типы и виды рекламы

РАЗДЕЛ 2. РЕКЛАМА В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Глава III. Реклама в системе социокультурных отношений

Глава IV. Реклама как современная мифология

Глава V. Информационное пространство как сфера действия рекламы и PR

РАЗДЕЛ 3. ПАБЛИК РЕЛЕЙШНЗ (PUBLIC RELATIONS) — УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМИ СВЯЗЯМИ

Глава VI. Сущность и природа паблик релейшнз

Глава VII. Технологии паблик релейшнз

Глава VIII. Создание и продвижение имиджей

Глава IX. Технология планирования и управления PR-деятельностью

РАЗДЕЛ 4. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ

Глава X. Специфика построения рекламного сообщения: изобразительная, синтетическая реклама

Глава XI. Специфика построения текста в рекламном сообщении

Глава XII. Особенности рекламной риторики

Глава XIII. Цвет как художественное средство рекламы

Глава XIV. Особенности восприятия рекламы

Костина А.В. Основы рекламы : электронный учебник / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин. — Электрон. дан. — М. : КНОРУС, 2008. — 1 электрон. опт. диск : зв., цв.

Минимальные системные требования: 1) операционная система Microsoft Windows 2000/XP; 2) процессор с частотой не ниже 500 MHz; 3) оперативная память 64 Mb и более; 4) жесткий диск с объемом свободного места не менее 40 Mb; 5) видеокарта с 8 Mb памяти или лучше; 6) SVGA монитор с поддержкой разрешения 1024x768; 7) CD привод 4x или лучше (рекомендуется 16x); 8) звуковая карта (любая).

© **Костина А.В., Макаревич Э.Ф., Карпухин О.И.**, 2008

© **ЗАО «КноРус»**, авторские права, 2008

Адрес: 129110, Москва, Б. Переяславская, 46. Телефон / факс: (495) 680-02-07; 680-55-65; 680-72-54. Интернет-сайт: www.book.ru
E-mail: izdat@knorus.ru (издательство), com@knorus.ru (опт. и розн. торговля)

© **АНО «ИнфоФонд»**, эксклюзивная интегрированная платформа, научное консультирование, разработка объектов знаний, 2008

Завод-изготовитель: ООО УЗЗ, 620137, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Студенческая, д. 9. Лицензия ВАФ № 77-15 от 23 марта 2006 года

ISBN 978-5-390-00022-9



9 785390 000229

Электронный учебник «ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ» предназначен для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама», преподавателей и учащихся старших классов общеобразовательных школ, а также может представлять интерес для всех, интересующихся данной проблематикой. В его основу положено учебное пособие «Основы рекламы», авт. Костина А.В., Макаревич Э.Ф., Карпухин О.И.

Рассматриваются вопросы, связанные с определением сущности рекламы, ее структуры и функций, анализируются типы и виды рекламы, особенности проявления рекламы в системе социокультурных отношений. Дается представление о специфике построения рекламного сообщения, об особенностях восприятия рекламы. Особое внимание уделяется проблеме управления общественными связями и технологиям паблик релейшнз — мониторингу окружающей среды, созданию и продвижению имиджей, отношениям со СМИ, маркетинговой деятельности PR, лоббизму.

Структурно и содержательно учебник построен таким образом, что его можно использовать как в традиционной системе обучения (на дневном, заочном и вечернем отделениях вузов), так и в пока ещё новых для России формах. В частности, в дистанционной системе обучения, а также и системе самообразования (в качестве самоучителя).

После прочтения текста учебника студент может в интерактивном режиме провести самоконтроль с помощью тренировочных тестов. Последние составлены очень подробно. Повторять попытки найти верный ответ в режиме тренировочных тестов можно многократно, даются отсылки к соответствующим разделам текста учебника.

Далее целесообразно воспользоваться глоссарием (словарем терминов), запомнив точные определения новых категорий, вводимых в тему. Список персоналий позволит получить краткие сведения об ученых, внесших наибольший вклад в разработку соответствующих разделов теории.

Наконец, завершить работу помогут контрольные тесты. В отличие от тренировочных они не дают студенту информации о том, какой ответ в каком задании является верным, но выставляют итоговую оценку по заданиям в целом.

Использование электронного учебника «Основы рекламы» принесет реальное облегчение трудностей, возникающих при формировании у будущих специалистов теоретических знаний и практических навыков в области изучаемой дисциплины.