

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	3
Глава 1. Комплекс маркетинговых коммуникаций	5
1.1. Теория коммуникаций	5
1.2. Коммуникации в маркетинге	6
1.3. Виды и процесс коммуникаций. Адресаты маркетинговых коммуникаций	13
1.4. Интегрированные маркетинговые коммуникации	20
1.5. Факторы, влияющие на формирование комплекса продвижения	24
1.6. Планирование, реализация и оценка эффективности коммуникационной стратегии предприятия	27
Тесты	30
Кейсы	33
Контрольные вопросы	39
Глава 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	42
2.1. Сущность рекламы	42
2.2. Цели, задачи, функции и средства рекламы	46
2.3. Рекламное обращение: содержание, форма, структура	55
2.3.1. Форма рекламного обращения	58
2.3.2. Структура рекламного обращения	60
2.4. Планирование и организация рекламной деятельности	61
2.4.1. Планирование рекламной деятельности	61
2.4.2. Организация и управление рекламной деятельностью	63
2.4.3. Формирование рекламного бюджета	66
2.5. Рекламная кампания: особенности организации	68
2.5.1. Классификация рекламных кампаний	68
2.5.2. Этапы проведения рекламной кампании	71
2.6. Рекламные агентства	83
Тесты	88
Кейсы	94
Контрольные вопросы	109
Глава 3. Связи с общественностью	112
3.1. Общая характеристика связей с общественностью	112

3.2. Формирование и защита имиджа предприятия, фирменный стиль	118
3.3. Паблсити и организация взаимоотношений со СМИ	127
3.4. Спонсорская и благотворительная деятельность	132
3.5. Внутрифирменный <i>PR</i>	136
3.6. Связи с общественностью в условиях кризиса	138
3.7. Лоббирование	140
3.8. Выставочная деятельность.....	143
3.9. Классификация выставочных мероприятий	145
Тесты	157
Кейсы	160
Контрольные вопросы	171
Глава 4. Прямой маркетинг	174
4.1. Общая характеристика прямого маркетинга	174
4.2. Личная (персональная) продажа	176
4.3. Организация службы сбыта	186
4.4. Директ-мейл и продажа по каталогам	189
4.5. Прямой маркетинг в Интернете	195
Тесты	196
Кейсы	200
Контрольные вопросы	211
Глава 5. Стимулирование сбыта	213
5.1. Общая характеристика стимулирования сбыта	213
5.2. Стимулирование торговой сети	217
5.3. Стимулирование конечных потребителей	220
Тесты	227
Кейсы	230
Контрольные вопросы	237