



УЧЕБНЫЕ ИЗДАНИЯ ДЛЯ ВУЗОВ

**М. А. Николаева,
И. А. Рамазанов, В. М. Комаров**

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

УЧЕБНИК И ПРАКТИКУМ



ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
Глава 1. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ	9
1.1. Маркетинговые коммуникации: понятие, назначение, классификация.....	9
1.2. Функции маркетинговых коммуникаций.....	21
Глава 2. РЕКЛАМА	24
2.1. Реклама: понятие, принципы, функции, требования	24
2.2. Объекты, субъекты, средства рекламы.....	29
2.3. Классификация рекламы и характеристика ее видов.....	30
2.4. Оценка эффективности рекламы.....	45
Глава 3. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА	48
3.1. Связи с общественностью	48
3.2. Стимулирование сбыта	63
Глава 4. ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ	89
4.1. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК): понятие, виды.....	89
4.2. Прямой маркетинг	90
4.3. Выставки и ярмарки	103
4.4. Событийный, партизанский и эпатажный маркетинг	105
4.5. Скрытый, вирусный маркетинг, новые СМИ	108
4.6. Маркетинговые коммуникации в местах продаж.....	110

Глава 5. МЕРЧАНДАЙЗИНГ	113
5.1. Мерчандайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.....	113
5.2. История и предпосылки развития мерчандайзинга	120
5.3. Алгоритм внедрения мерчандайзинга	122
5.4. Разработка схемы-карты распределения пространства торгового зала и размещения оборудования.....	127
5.5. Визуальный мерчандайзинг и разработка планаграммы выкладки товаров.....	133
5.6. Реклама в местах продажи товаров	138
Глава 6. БРЕНДИНГ	142
6.1. Брендинг: основные понятия, назначение.....	142
6.2. Функции бренда и принципы брендинга.....	145
6.3. Классификация брендов.....	149
6.4. Атрибуты бренда.....	155
6.5. Этапы разработки бренда	161
6.6. Управление брендом.....	162
Глава 7. ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ	167
7.1. Интернет-маркетинг: понятие, назначение, этапы развития.....	167
7.2. Участники традиционных и новых бизнес-моделей и стратегии взаимодействия в рамках цифровых экосистем	169
7.3. Организация интернет-маркетинга.....	172
Глава 8. КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА	186
8.1. Коммуникационная политика: понятие, цели и задачи	186
8.2. Основные направления коммуникационной политики: обоснование выбора, риски от выбора и меры их предупреждения.....	188

ПРАКТИКУМ	195
Основные положения.....	195
Темы практических занятий по дисциплине	
«Маркетинговые коммуникации».....	197
Примерная тематика эссе по дисциплине	
«Маркетинговые коммуникации».....	198
Практическая работа 1	198
Практическая работа 2	207
Практическая работа 3	214
Практическая работа 4	218
Практическая работа 5	219
Практическая работа 6	220
ЛИТЕРАТУРА	225