

**ВЫСШЕЕ
ОБРАЗОВАНИЕ**

В. Л. Мзыкант

**ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
ТЕОРИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ
СТРАТЕГИИ, ЭФФЕКТИВНЫЙ БРЕНДИНГ**

Учебник и практикум
2-е издание

Содержание

Предисловие	5
Тема 1. Конкурентные коммуникационные стратегии	21
1.1. Уникальное предложение бренда как стратегия эффективного позиционирования.....	21
1.2. Ценовые мотивационные методики коммуникационного воздействия.....	62
1.2.1. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций	90
1.2.2. Теории мотивации потребительского поведения.....	93
1.2.3. Модели <i>Censydiam</i> и <i>Think — Feel — Do</i> как инновация в области изучения мотиваций потребителей	109
1.2.4. Мужчина и женщина как объекты коммуникационного воздействия.....	116
1.2.5. Возрастное деление потребителей	121
1.3. Коммуникационная политика как производная от рыночных возможностей и ресурса организации.....	148
1.3.1. Методы <i>ABC</i> и <i>XYZ</i> -анализа	163
1.3.2. Методы анализа внешней и внутренней среды предприятия и конкурентные стратегии	167
1.4. Особенности рекламы как инструмента интегрированных коммуникаций.....	203
1.5. Модели <i>PR</i> в интегрированных коммуникациях.....	213
Практикум	230
Темы рефератов по дисциплине «Основы интегрированных коммуникаций в рекламе».....	239
Список рекомендуемой литературы	242
Тема 2. Создание и реализация коммуникационных программ	249
2.1. Особенности создания, регистрации и сохранения торгового дрессинга в брендинге.....	249
2.2. Кросс-культурные коммуникации: слагаемые менталитета	299
2.2.1. Коммуникативно-предметное поле нации	299
2.2.2. Взаимосвязь поведения потребителей и национальных культур	305
2.2.3. Языковое поле нации.....	405
2.3. Принципы драматургии и контраста в рекламных коммуникациях. Оригинальность, цвет и шрифт	415

2.4. Дополнительные научные направления, необходимые для эффективного брендинга.....	435
Практикум	442
Список рекомендуемой литературы	449
Перечень вопросов и тем для обсуждения по курсу	454
Примеры рубежных контрольных работ по дисциплине.....	458
Темы для обсуждения в группе	459
Темы рефератов по циклу: «Объект и предмет курса «Основы интегрированных коммуникаций» как практический инструмент управления».....	464
Темы рефератов по циклу: «Создание и реализация коммуникационных программ»	466
Темы рефератов по циклу: «Критерии эффективности интегрированных коммуникаций. Специфика медиаканалов и современных рекламоносителей: ATL- и BTL-реклама»	467
Новые издания по дисциплине «Основы интегрированных коммуникаций» и другим смежным дисциплинам	468
Индекс компаний и брендов	470