

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	5
<b>Глава 1. ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ</b> .....	9
1.1. Базовые определения .....	9
1.2. Общие требования к рекламе .....	14
1.3. История развития рекламы .....	41
1.4. История развития отечественной рекламы .....	73
<b>Глава 2. ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b> .....	98
2.1. Классификация рекламы .....	98
2.2. Деятельность рекламных агентств .....	104
2.3. Рекламная деятельность в системе маркетинга. Маркетинг в сфере рекламы .....	111
<b>Глава 3. РАСПРОСТРАНЕНИЕ РЕКЛАМЫ</b> .....	117
3.1. Виды и жанры рекламы .....	117
3.2. Разработка и начальный этап рекламной кампании: фокус-группа и прямая почтовая рассылка .....	127
3.3. Выставки, ярмарки и презентации .....	132
<b>Глава 4. СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ</b> ...	138
4.1. Мировой рынок рекламы .....	138
4.2. Современная рекламная политика .....	148
4.3. Особенности современного этапа развития рекламы. Проблемы развития отечественного рекламного рынка .....	160
4.4. Перспективные направления рекламной деятельности. Среда Интернет .....	170
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	182
<b>ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ, КУРСОВЫХ И ДИПЛОМНЫХ РАБОТ</b> ...	184
<b>ТЕМЫ КУРСОВЫХ И ДИПЛОМНЫХ РАБОТ</b> .....	186
<b>СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ</b> .....	188
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b> .....	193