

∴ ∴ ∴

∴ « »

1. ,

2. .

3. .

4. .

5. « ».

6. .

6.1.

6.2. .

6.3. .

6.4. .

6.5.

6.6.

6.7. —

7. .

8.

9.

10. .

11. **Business-to-business,**

. .

12.

.

1. ,

, ,  
- .  
,

. « » («reclamare» -  
) - ,

- , ;

- .  
.

" "

« »

,

,

,

,

,

,

" "

,

,

,

,

«

,

,

»

(advertising)

» (sales promotion),

» (public relations),

(direct-marketing).

Роль рекламы в условиях рынка

1.	
2.	





—  
; —  
— , ;  
— ;  
— . ;  
— :  
— ;  
— ;  
— ;  
— ;  
— ;  
— .  
— ,  
— :  
— , ;  
— ,  
— ;  
— ,  
— ;  
— .  
— , ;  
— ;  
— .  
— , ;  
— , ;  
— , ;  
— , ;  
— , ;  
— .



,

,

,

,

,

.

:

,

.

,

,

.

,

.

—

.

,

,

,

.

.

.

,

—

,

,

.

,

,

,

.

,

,

,

.

,

,

,

..

,

,

.

.

.

,

.

—

,

.

,

,

..

—

,

.

,

,

,

,

,

,

..

,

—

.

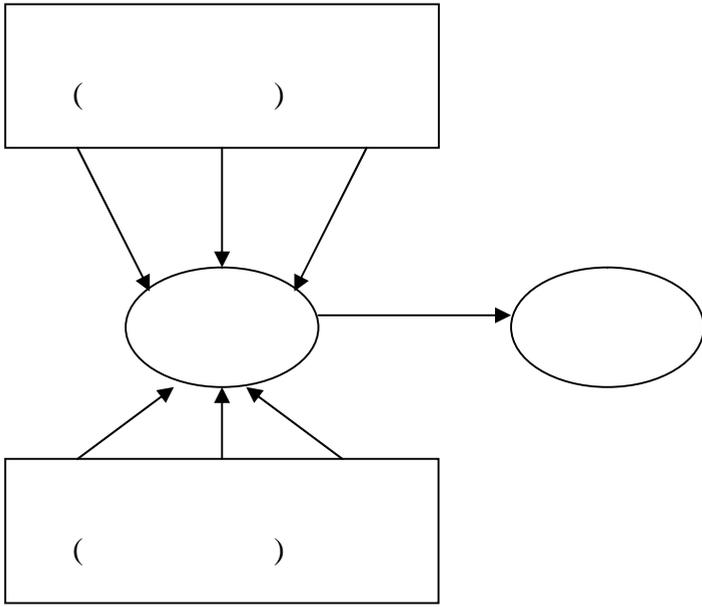
.

,

.

( )

:



—

;

—

.

,

.

,

,

,

,

.

.

:

,

,

?

:



,

,

,

,

.

:

( ; ) /		, , , ..	,
( ; ) /		,	/
( ; ) / /	, ,		" "
( ; ) /	, ,	, ,	/ /
( ; ) /	, ,	,	,

/	,		
( / )		, , , ,	,
		( , )	( ) / ( )
,	, , ,	,	, , , , , " "

,

.

.

:

"

"

,

.

,

,

,

’ ’ ’

’ ’

.

’

.

”

”

’

’

’

.

’

’

.

.

’

’

.

-

”

-

-

”

’

’

’

.

”

”

.

’

.

”

”

’

.

1)

2)

/

- ◆
- ◆
- ◆

-

,

.

,

,

-

-

.

,

-

-

.

,

:

;

"

"

.

-

.

,

,

,

,

.

,

.

,

:

;

;

.

( )

-

( ),

,

,

.

.

-

-

- , , .  
< >.  
, ,

- ◆
- ◆
- ◆
- ◆
- ◆

·  
·  
- :  
( - );  
;  
;  
;  
(  
, ).

, , ·  
-  
Public Relations ( ).

, -  
, ,  
· , , ,  
·  
,  
· , ,  
·



:



( ,

<

>);



;



;



;



( ,

).

,

,

,

-

> (

,

)

<



:



;



( )

,

,

-



1.5.

,

(

).

,

.

2.

:

2.1.

.

-

(

,

)

,

.

2.2.

.

,

.

,

.

,

.

,

,

,

..

2.3.

(

).

,

,

.

,

.

3.

.

,

4.

:

« »

..

5.

:

5.1.

( ).

5.2.

— ,

5.3.

6.

❖

❖

❖

❖

;



,

;



,

;



;



,

.

.

.

—

,

(

,

,

—

)

.

—

,

,

,

,

.

,

,

—

,

..

,

,

,

.

.

,

«

».



,





, , : ,

(... );

( , , );

( ( ) , , ( , ));

(... , );

( ;

(... ( )

, , , . .).

« » ,

« » . « » .

, ( ) . ,

-

, ,

.

,

.

( ,

)

:

1) « »;

2) ;

3) .

« »

,

—

,

( ),

:

1) , ;

2) - , - (

);

3) ( ) ( , ,

. .);

4) .

\_\_\_\_\_

( )

( ),

,

.

,

,

.

,

,

.

,

.

,

,

,



○

○

---



○

， . . .

，

， ;

○

，

， . . .

，

；

○

，

， “ ” ” ” . . . ;

○

，

；

○

，

，

，

；

○

—

；

○

—

；

○

， . . .

，

，

，

；

○

，

，

，

；

○

，

，

，

；

○

—

.

—————

—

，

.

，

，

，

—

. . .

(

),

,

.

,

,

,

,

,

..,

,

-

.

.

,

,

,

,

,

,

.

—

,

,

.

(

),

.

:

)

,

;

)

,

,

,

..

,

.

,

,

,

65%

;

)

,

;



3.

,

4.

5.

6.

12-14

15%

\_\_\_\_\_

)

)

)

)

(

);

) , ,

.

\_\_\_\_\_:

) « » ,

;

) , ,

;

) ,

· , , -

, . . .

;

)

, , ,

;

)

,

· ·

,

,

;

, ,

,

.

\_\_\_\_\_

,

.

—

,

( )

.



•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

---

•

•

---

,

,

,

,

,

•

:

,

,

,

•

,

• •

,

•

,

,

,

• •

•

,

•

,

•

,

,

,

,



:

•

,

,

,

—

Hi-Fi,

,

• •

.

—

;

•

,

,

,

.

.

,

.

—

,

;

;

•

,

,

,

,

,

.

«

—

»,

,

;

;

•

， ，

• •

—

•

：

，

，

，

，

，

，

，

，

，

，

•

•

«

» (direct mail) —

•

•

，

•

，

•

，

，

•

，

•

—

，

，

，

，

，

•

，

，

•

，



2-3 ;

—

(

).

,

;

—

,

,

,

,

,

.

«

»

,

;

—

,

5—10

10—15 .

,

.

.

.

,

,

,

,

-

,

,

,

,

...

.

«

-

»

,

,

,

-

-

.

.

-

,

,

.



• , , , ;

• ,

;

• , .

:

• . ,

.

• .

• .

• , ;

5 1 .

,

.

:

1) ,

3-4 ;

2)

.

-

,

， ，

，

·

—

”

”

，

，

·

，

—

—

·

，

·

：

，

·

—————

·

·

，

，

，

·

，

，

·

：

•

；

•

；

•

，

，

；

•

，

，

；



( ) —

, 24



•

,

;

•

,

;

•

.

\_\_\_\_\_

,

,

—

,

.

,

.

,

.

.

.

—

.

,

.

,

,

,

.

,

,

,

.

:

,

.

,

,

,

,

.

,

:

?

?

,

,

.

,

· ,

- :

, , ...

·

:

, ,

·

,

·

,

·

- ,

,

,

· ·

“ ”

“ ”,

-

:

,

,

· ,

,

·

“ ”

“ ”

“ !” ,

,

,

·

“ ”

-

,

“ ”

·

,

·

,

,

·

,

·

:

,

,

.

,

,

,

.

,

.

—

.

,

,

.

,

,

,

,

.

,

.

,

,

,

.

,

,

.

,

.

—

,

.

.

.

,



，  
·  
·

—， —

·

：

，

·

·

，

，

，

2 .

—

·

，

，

，

—

·

，

·

·

—

，

( )

·

，

·

，

，

·

，

·

，

，

，

·

·

，

·



( !),

- 2,5

15

3-4

" ("Advertising on the Internet": Robbin Zeff, Brad Aronson; 2-nd edition), :

1) - -

" - - " ( , - " America Online").

, - , ( ) , , - , , , . eMarketer

3-4 , 2-3

· , , -

, 2-4

, " " - .

, - ,

, " " , -

1-2

-

,

.

-

,

,

-

.

-

.

,

,

.

,

-

,

,

.

,

,

:

-

,

.

,

,

.

:

(

,

.)

,

,

.

,

“

”



4. -

5.

• ( , , ).

• ( , , ) ( , , ).

• , -

-

, -

, ,

-

:

,

,

.

-

.

, ,

-

-

- !

JPG,

JAVA, ShockWave . . .

GIF

"rich media".

( . . .

" " ),

, " " .  
:

• ( );

• ( ).

:

• ;

• ( ).

(Google, Yandex, Aport, Mail.ru ).

« ».

100 / ;

( );

•

;

•

;

•

;

•

.

,

.

-

,

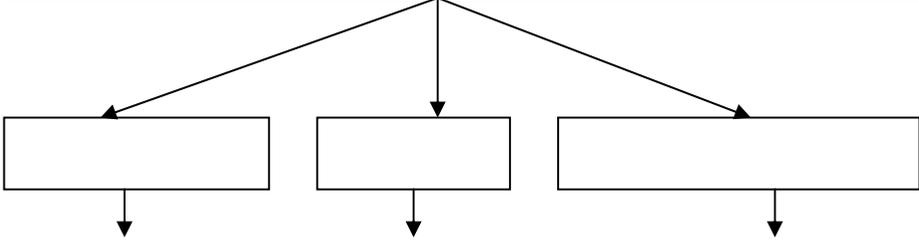
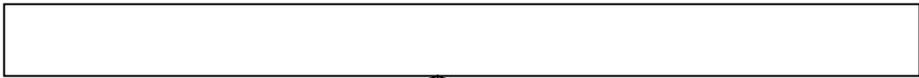
,

,

.

,

:



-

-

-

;

-

;

;

;

-

-

-

-

;

-

-

,  
,  
,  
.  
,  
,  
,  
.  
:  
• ( ,  
);  
• ;  
• ,  
;  
• ( , );  
• ( );  
• ( , );  
• ,  
.

.

:

- ;
- ;
- ,
- ;
- ,

-

,

:

1. - ;
2. ;
3. .

.

:

- ( ) ;
- :
- ;
- ;
- ;

( ) ;

- , , , ;
- ;
- 

« » ( ,  
).

,  
.  
:

- , ;
- , ;

,  
;

- , ;
- , ;

,  
;  
-

,  
.

- , ;
- , ;

,  
.

,

-

;

•

,

,

;

( , )

,

.

;

•

:

;

•

:

.

,

;

•

:

,

,

.

;

•

,

;

,

.

.

-

,

( ),



.  
 ,  
 ,  
 .  
 ,  
 ,  
 .  
 ,  
 ,  
 .  
 ,  
 .

?	( ) ? ( )?
	? ? ? ?
?	? - ?



	<p style="text-align: right;">,</p> <p style="text-align: right;">?</p> <p>?</p> <p style="text-align: right;">?</p> <p>,</p> <p style="text-align: right;">?</p> <p style="text-align: right;">,</p> <p style="text-align: right;">?</p>
--	---

--	--

?	<p style="text-align: right;">-</p> <p style="text-align: right;">?</p> <p style="text-align: right;">,</p> <p>?</p> <p>?</p> <p style="text-align: right;">?</p> <p>?</p> <p>?</p> <p style="text-align: right;">,</p> <p style="text-align: right;">?</p>
---	---

--	--

?	<p>( , , , ,</p> <p>. .)?</p> <p>( , , , ,</p> <p>, , , , )?</p> <p>( , , , ,</p> <p>, , , , )?</p> <p>( , , , ,</p>
---	--



	<p> ',  ? ,  ( ,  ),?  ?  ,  ?  -  ,  ? </p>
--	--

--	--

<p>?</p>	<p> ?  ?  ( , , ,  ,  ),?  -  ,  ?  ,  ?  ?  ?  -  ( )?  ) </p>
----------	---

?	<p style="text-align: center;">?</p> <p style="text-align: right;">—</p> <p style="text-align: center;">?</p> <p style="text-align: center;">(                    )?</p> <p style="text-align: right;">?</p>
---	--

--	--

?	<p style="text-align: right;">(                    ,</p> <p style="text-align: center;">)?</p> <p style="text-align: right;">?</p> <p style="text-align: right;">?</p> <p style="text-align: center;">?</p> <p style="text-align: center;">?</p> <p style="text-align: center;">(                    ),</p> <p style="text-align: center;">,</p> <p style="text-align: center;">?</p> <p style="text-align: center;">?</p> <p style="text-align: right;">?</p> <p style="text-align: right;">(                    )</p> <p style="text-align: center;">(                    ,                    )?</p> <p style="text-align: right;">,</p> <p style="text-align: center;">?</p> <p style="text-align: center;">?</p> <p style="text-align: center;">?</p> <p style="text-align: center;">?</p>
---	---





	( , , .)?
-	?

,

- ,

. .

:

. ;  
 . ;  
 .

, - ,

:

1.

( ) , ( ) ,  
 :

. .  
 . .  
 . .  
 .

( ,  
 ( ),

.  
 2.

- ,

:

1. :  
· ( ) ;  
· ;  
· ( ) ;  
· ( , , , , ) .

2. ( ) :  
· ( ) ;  
· ;  
· ( ) ;  
· ( , , , , ) .

3. ,  
, -  
,  
,  
( , -  
, , ,  
) ,  
- .

4. -  
( ) .  
- .

5. ( , - ) .

6.

:  
 . : ;  
 . ;  
 . ;  
 . ;  
 . , ;  
 . , ;  
 . ( ) ;  
 . ;  
 . ( ) .

« » « ».

.

— « »

.

,

.

,

—

, -

.

.

:

1.

-

-

,

.

2.

« - ».

:

(« - ?

- - !»).

3.

,

, « ».

4.

.

5.

—

.

6.

.

7.

.

:

.

.

—

,

,

« ».

,

—

—

.

:

Nokia

.

—

—

.

,

.

.  
 , ...  
 .  
 :  
 ,  
 .  
 :  

$$\frac{*N*S}{100*Z} \rightarrow \max, \quad N \geq 5*N_{\min},$$

$$T - , / ;$$

$$N - ,$$
 %;  

$$S - ,$$
 ,  

$$N_{\min} - ,$$
 ,  
 ,  
 ,  
 :

( .)	90000	75000
	28	46

(%)		
( .)	1500	1750

(S),

1,

$$: \frac{90000 * 28}{100 * 1500} = 16,8$$

$$: \frac{75000 * 46}{100 * 1750} = 19,7$$

- , ,

.

-

.

:

•

, ...

,

-

;

•

( , ) ,

;

•

, ...

,

.

,

, ...

,

.

( )

,

.

,

-

.

( )

( ).

(  
...")

- 95%

- "

( )

·  
:

- 
- 
- 
- 
- 
- 

(  
);

(

);

-

;

;

;

,

,

,

,

·

,

·

,

·

·

( , .. ).

,

.

,

.

.

,

,

.

.

.

.

.

,

.

,

.

,

.

,

,

,

,

,

,

.

:

$$= \frac{* *}{100},$$

∴

—  
—

, %;

—

:

$$= \frac{*}{100} - (U_p + U),$$

—  
—  
—

, %

U<sub>p</sub>-

U —

1.

2.

3.

( ) .

( ) .

$$= \frac{*100}{U},$$

, %;

U-

"

"

"

"







10-15%

"

",

-

etc.

15-17%

( )

, . . .

3 20% - 15-17%, 2-

10- 20%.

( )

/

creative fee -

" " ( ) ( )

"

" - , ,

-

· , , ,

-

,

·

,

,

,

,

,

,

,

,

,

,

,

,

·



1. , , :

2. , - :

- ;
- ;
- , . . . ;
- ;
- ;
- ;
- ;

« » ( , ) ;

( , ) ;

( ) .

*Business-to-business:*

1. .

,"

" - , outdoors,

,

: « », ( . . . - ) , , , .

2. ( ) , .

( - ) .

« ».

3. . , - . , , .

4. , « ».

- , .

### Business-to-Business

Business-to-Business,

Rating -

F (frequency) -

GRP -

Reach -

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

(  
.)

,

« »,

,

,

.

,

-

,

.

« »

.

,

, «

»,

)))

,

,

.

-

“

”

,

,

,

?

?

:

?

,

,

?

?

,

,

...

?

?

,

,

-

,

,

-

,

,

-

,

.

,

,

,

,

;

,

.

-

:

,

-

-

1.

2.

3.

4.

1.

2.

3.

o

o

o

o

o

(8, 23);

( );

:

- 
- 
- 
- 

;

;

;

/

“ ”

,

.

“ ” VIP-

,

—

.

:

,

,

.

—

.

,

,

,

.

10

—

.

.

.

.

—

.

promotion

VIP-

.

.

.

,

,

.

,

,

,

,

.

“ ”

“ — !”  
?

! ,  
? ,  
... ?  
! ,

— !  
—

·  
, ,  
·

“ ” ,  
— · ,  
,

·  
“ ”  
,

,  
·

“ ” “ ” 5

, ,  
·

— ,  
·

·  
—







VIP-

—

,

.

,

o

;

o

;

o

,

.

,

,

.

-

,

:

.

,

,

,

,

.

,

,

,

.

o

,

o

,

o

.

-

,

...

,

,

“

”

.

,

.

,

,

.

.

“ !”  
:  
—

**VIP-**

),  
(

**VIP-**

—  
—  
:  
:

(Cerruti, Lanvin)

**CD-**

—  
“ ”

703

300-

“

”.

.

.

,

,

“

”.

.

-

“

”

.

,

.

.

:

,

,

.

.

,

,

.

,

.

,

“

”.

.

.

.

“ ?”

“ ?”.



( ) .

1.

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

2.

( )

: 1)

; 2)

; 3)

.

.

« —

— ».

,

,

.

.

:

○

( )

,

( )

;

○

( )

,

;

○

;

○

;

○

;

○

,

;

○

(

,

,

);

○

(

)

;

○

.

,

.

,

,

.

,

,

.

,

,

.

,

:

○

;

○

;

○

;

○

,

;

○

;

○

;

○

,

;

○

( )

,

;

○

(

)

.

3.

,

:

○

;

○

,

,

,

;

○

.

,

,

,

.

,

,

,

,

.

,

.

.

,

,

, . . .

.



( ) .

,

/

/

.

/

.

/

,

.

,

.

.

,

.

.

.

,

,

(

),

.

,

-

,

.

(

,

).



,

,

—

.

:

1.

,

,

,

,

2.

.

,

.

.

:

;

,

;

,

—

.

3.

,

.

,

,

,

.

,

,

.

, . . .

,

,

,

,

. . .

,

,

.





( , , ) ,

,

,

.

,

,

-

.

,

.

,

,

,

,

.



1. . 5- . : , 2003.
2. . \_\_\_\_\_ . \_\_\_\_\_ . : - , 2003.
3. . . , . : , 2004.
4. . . - : . , 2001.
5. . . : . . , 2001.
6. . . - : « » , 2002.
7. . . : . - 3- . . - : - « » , 2001.
8. . . : . 6- . : , 2004.
9. . . : . - : - “ ” , 2003.
10. . . - , 6- . : , 2004.
11. . . : . : , 2004.

1. , .
2. :
3. .
4. .
5. .
6. , .
7. .
8. , , .
9. « ».
10. « ».
11. « ».
12. — , .
13. .
14. « ».
15. .
16. .
17. « », .
18. .
19. .
20. , .
21. , .
22. .
23. , .
24. .
25. .
26. .

27. .
28. .
29. .
30. .
31. .
32. .
33. .
34. .
35. .
36. .
37. ,
38. ,
39. .
40. .
41. .
42. .
43. .
44. — .
45. — .
46. — .
47. , .
48. , .
49. .
50. .
51. .
52. .
53. .

54.

55.

56.

57.

58.

59.

60.

61.

62.

63.

Business-to-business.

64.

65.

66.

67.

68.

VIP –

69.

70.

71.

72.

73.

74.

75.

76.