

В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук

46  
Ш 83

# ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПОСРЕДСТВОМ VTL-КОММУНИКАЦИЙ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ



**В. О. Шпаковский,  
Н. М. Чугунова,  
И. В. Кирильчук**

**Организация и проведение  
рекламных мероприятий  
посредством BTL-коммуникаций**

*Учебное пособие*

3-е издание

**ВНЕСЕНО  
В КОМПЬЮТЕР**

Москва  
Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»  
2017

УДК 659  
ББК 76.0  
Ш83



Авторы:

*В. О. Шпаковский* — кандидат исторических наук,  
доцент Пензенского государственного университета;  
*Н. М. Чугунова*;  
*И. В. Кирильчук*.

**Шпаковский В. О.**

**Ш83**

Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: Учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. — 3-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. — 126 с.

ISBN 978-5-394-02168-8

В учебном пособии даются практические рекомендации по организации рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций. Это такие мероприятия, как дегустации, которые проводятся непосредственно в торговых залах, подарки за покупку, презентации товаров и услуг в интересах увеличения эффекта рекламной или PR-кампании в целом.

Для студентов высших учебных заведений, а также широкого круга читателей.

---

Сертификат соответствия № РОСС RU.AB51.HO5316  
Срок действия с 13.11.2015 по 12.11.2018

Подписано в печать 12.07.2016. Формат 60×84 1/16.  
Печать офсетная. Бумага офсетная № 1. Печ. л. 8,0.  
Тираж 50 экз. Заказ №

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»  
129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732  
Тел.: 8 (495) 668-12-30, 8 (499) 183-93-23  
E-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж;  
office@dashkov.ru — офис; <http://www.dashkov.ru>

Отпечатано в ГУП Академиздатцентр «Наука» РАН,  
ОП Производственно-издательский комбинат «ВИНИТИ»-«Наука»,  
140014, Московская обл., г. Люберцы, Октябрьский пр-т, д. 403.  
Тел./факс: 554-21-86, 554-25-97, 974-69-76.

ISBN 978-5-394-02168-8

© Коллектив авторов, 2007

## Содержание

---

Введение .....	4
Глава 1. Теоретические аспекты ВТЛ-коммуникаций.....	6
Глава 2. ВТЛ с точки зрения маркетинговых коммуникаций.....	18
Глава 3. Манипулятивные приемы в ВТЛ.....	41
Глава 4. Классификация ВТЛ-инструментов .....	48
Глава 5. Новые ВТЛ-технологии на рынке рекламных услуг .....	88
Глава 6. Эффективность ВТЛ-кампаний.....	103
Глава 7. Рынок ВТЛ-услуг в России и перспективы его развития .....	112
В заключение .....	123
Литература .....	125