

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 «ВНИТИ»-«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 |
| Заключение | 123 |
| Литература | 125 |