

УДК 811.111:659.1:005(075.8)
ББК 81.2Англ-923+65.9я73
Х33

Хвостовицкая Т.Т.

Х33 Менеджмент в рекламе [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Т.Т. Хвостовицкая. — 2-е изд., стер. — М. : ФЛИНТА, 2015. — 357 с.

ISBN 978-5-9765-2183-4

Учебное пособие «Менеджмент в рекламе» предназначено для студентов и аспирантов, обучающихся по специальности реклама и тех, кто работает в сфере рекламы.

Специализация: менеджмент, маркетинг, экономика.

УДК 811.111:659.1:005(075.8)
ББК 81.2Англ-923+65.9я73

ISBN 978-5-9765-2183-4

© Хвостовицкая Т.Т., 2015
© Издательство «ФЛИНТА», 2015

Contents

Предисловие	3-4
-------------------	-----

Unit 1

Бренд 'Samsung'	5-7
-----------------------	-----

Раздел I

The Advertising Language

Section 1 Nature of Advertising.....	8-16
Section 2 Comprehension Check.....	16-18
Section 3 Speech Practice.....	19-20

ЛИНГВОРЕКЛАМНЫЙ КОММЕНТАРИЙ 'Что такое
бренд?' .20-24

Раздел II

The Communication Language

Section 1 Enquiries.....	25-33
Section 2 Typical Business Language.....	33

Unit 2

Бренд 'Panasonic'	34-35
-------------------------	-------

Раздел I

The Advertising Language

Section 1 Types of Advertising.....	36-41
Section 2 Comprehension Check.....	42-45
Section 3 Speech Practice.....	45-46

ЛИНГВОРЕКЛАМНЫЙ КОММЕНТАРИЙ 'Что такое
брендинг?'

	47-51
--	-------

Раздел II

The Communication Language

Section 1 Replies and quotations.....	52-59
---------------------------------------	-------

Section 2 Typical Business Language.....	59-60
Unit 3	
Бренд 'Sony'	61-63

Раздел I

The Advertising Language

Section 1 Importance of advertising.....	64-69
Section 2 Comprehension Check.....	69-72
Section 3 Speech Practice.....	72-73
ЛИНГВОРЕКЛАМНЫЙ КОММЕНТАРИЙ 'Каковы главные тенденции в развитии брендов?'	74-78

Раздел II

The Communication Language

Section 1 Orders.....	79-86
Section 2 Typical Business Language.....	87

Unit 4

Бренд 'Toyota'	88-89
----------------------	-------

Раздел I

The Advertising Language

Section 1 Objectives of advertising.....	90-96
Section 2 Comprehension Check.....	96-99
Section 3 Speech Practice.....	99-100
ЛИНГВОРЕКЛАМНЫЙ КОММЕНТАРИЙ 'Рекомендации по формированию брендинговой культуры'	101-104

Раздел II

The Communication Language

Section 1 Payment.....	105-116
Section 2 Typical Business Language.....	116

Unit 5

Бренд 'Candy'	117-118
---------------------	---------

Раздел I

The Advertising Language

Section 1 Development of an advertising campaign.	119-123
Section 2 Comprehension Check.....	124-126
Section 3 Speech Practice.....	126-127

ЛИНГВОРЕКЛАМНЫЙ КОММЕНТАРИЙ 'Семь ключевых принципов, обеспечивающих понимание организацией и всеми ее работниками смысла бренда и его роли в выполняемых ими функциях'	127-130
--	---------

Раздел II

The Communication Language

Section 1 Complaints and adjustments.....	131-140
Section 2 Typical Business Language.....	140

Unit 6

Бренд 'Electrolux'	141-142
--------------------------	---------

Раздел I

The Advertising Language

Section 1 Selecting the media.....	143-149
Section 2 Comprehension Check.....	149-151
Section 3 Speech Practice.....	151-152

ЛИНГВОРЕКЛАМНЫЙ КОММЕНТАРИЙ 'Как превратиться в организацию, ориентированную на бренд'	152-157
---	---------

Раздел II

The Communication Language

Section 1 Credit.....	158-170
Section 2 Typical Business Language.....	171

Unit 7

Бренд 'Indesit'.....	172-174
----------------------	---------

Раздел I

The Advertising Language

Section 1 Characteristics of major types of media....	175-180
Section 2 Comprehension Check.....	181-184
Section 3 Speech Practice.....	184-185
ЛИНГВОРЕКЛАМНЫЙ КОММЕНТАРИЙ 'Создание компании, основанной на бренде'	186-189

Раздел II

The Communication Language

Section 1 Banking.....	190-199
Section 2 Typical Business Language.....	199

Unit 8

Бренд 'JVC'.....	200-202
------------------	---------

Раздел I

The Advertising Language

Section 1 Creation of advertisements.....	203-206
Section 2 Comprehension Check.....	206-208
Section 3 Speech Practice.....	209-210
ЛИНГВОРЕКЛАМНЫЙ КОММЕНТАРИЙ 'Философия бренд-менеджмента'	210-212

Раздел II

The Communication Language

Section 1 Agents and agencies.....	213-223
Section 2 Typical Business Language.....	224

Unit 9

Бренд 'Sharp'	225-227
---------------------	---------

Раздел I

The Advertising Language

Section 1 Evaluation of advertising programme.....	228-234
Section 2 Comprehension Check.....	235-237
Section 3 Speech Practice.....	238-240
ЛИНГВОРЕКЛАМНЫЙ КОММЕНТАРИЙ 'Четыре ключа к успеху'	240-244

Раздел II

The Communication Language

Section 1 Transportation and shipping.....	245-254
Section 2 Typical Business Language.....	254-255

Unit 10

Бренд 'Siemens'	256-258
-----------------------	---------

Раздел I

The Advertising Language

Section 1 Methods used to measure effectiveness...	259-262
Section 2 Comprehension Check.....	263-266
Section 3 Speech Practice.....	266-267
ЛИНГВОРЕКЛАМНЫЙ КОММЕНТАРИЙ 'Типичные ошибки, допущенные теми, кто не понимает законов брендинга'	268-272

Раздел II

The Communication Language

Section 1 Insurance.....	272-280
Section 2 Typical Business Language.....	281

Unit 11

Бренд 'Thomson'	282-284
-----------------------	---------

Раздел I

The Advertising Language

Section 1 Advertising management within the company.....	285-289
Section 2 Comprehension Check.....	289-291
Section 3 Speech Practice.....	291-293
ЛИНГВОРЕКЛАМНЫЙ КОММЕНТАРИЙ 'Бренд-менеджмент начинается с понимания потребителя'	293-299

Раздел II

The Communication Language

Section 1 Memos and reports.....	300-311
Section 2 Typical Business Language.....	311-312

Unit 12

Бренд 'Philips'	313-315
-----------------------	---------

Раздел I

The Advertising Language

Section 1 Advertising agency.....	316-322
Section 2 Comprehension Check.....	323-326
Section 3 Speech Practice.....	327-329
ЛИНГВОРЕКЛАМНЫЙ КОММЕНТАРИЙ 'Будущее бренд-менеджмента'	330-333

Раздел II

The Communication Language

Section 1 Personnel appointments.....	333-345
Section 2 Typical Business Language.....	346
Appendix.....	347-348
Список литературы.....	349-350