

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 BTL-коммуникаций: Учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. — 4-е изд., стер. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 126 с.

ISBN 978-5-394-03520-3

В учебном пособии даются практические рекомендации по организации рекламных мероприятий посредством BTL-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

Подписано в печать 10.09.2019. 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>

ISBN 978-5-394-03520-3

© 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 |