



□ □ Песоцкий Е. А. Реклама: Учебно-практическое пособие. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2008. — 384 с.

□ □ ISBN 978-5-91131-864-2

В книге подробно рассмотрены все основные виды рекламы и правила их создания, принципы разработки стратегии рекламной кампании и расчета рекламного бюджета. Даны конкретные рекомендации, как выделить рекламу из «рекламной шумихи» и привлечь к ней внимание потребителей. Уделено внимание товарным знакам, их психологической, экономической и рекламной роли в продвижении товаров, а также роли рекламы в создании имиджа товарному знаку.

Отличительной особенностью книги является то, что излагаемый материал проиллюстрирован большим количеством примеров из отечественной и зарубежной рекламной практики, помогающих быстро и правильно воспринимать и усваивать изложенный материал.

Для студентов вузов, рекламных специалистов и руководителей фирм-рекламодателей.

