**Словарь терминов маркетинга и рекламы**

А

Аида (AIДА)

одна из самых распространенных моделей рекламного обращения. Аббревиатура английских слов: внимание, интерес, желание, действие. В 1896 г. предложена Э. Левисом (США).

Активная аудитория [недельная (1+) аудитория]. интернета

Те, кто регулярно посещает Интернет и проводит там не менее одного часа в неделю

Адекватная выборка

- отбор для проведения рекламного исследования такого количества предметов или лиц, увеличение которого привело бы лишь к подтверждению данных, полученных в результате исследований самой выборки.

Аллитерация

- повторение однородных согласных звуков в фразе, строке, строфе рекламного текста.

Анафора

единое начало, поэтический прием в рекламе, где одно и то же слово или звук повторяется в начале двух или нескольких отрывком речи.

Аннотация

краткие сведения о предмете рекламы, пояснения, не чем должен быть сделан рекламный акцент.

Антропоморфизм

в рекламе метод представления товара, при котором ему придаются человеческие черты. Часто используется в случаях, когда индивидуальные свойства товара выделены слабо и товар мало отличается от конкурирующих с ним.

Арбитрон

система мгновенного получения рейтинга телевизионной передачи на основе данных, полученных с установленных в домашних телевизорах электронных устройств.

Афиша

вид печатной рекламы. В отличие от плаката, является анонсом какого-либо грядущего события, и расклеивается на улице.

Б

Баннер

1) прямоугольный планшет из пластика, картона или бумаги, подвешенный в витрине;

2) картинка на сайте, ведущая на сайт рекламодателя (см. также баннерная сеть, ссылка)

Баннерная сеть

система, при которой за каждые 100 показов чужих баннеров на своем сайте участник БС получает 100 показов собственного баннера на сайтах других участников БС за вычетом процента комиссии (колеблется от 10 до 50% в зависимости от БС), который, в свою очередь, использует хозяин БС (для раскрутки собственных проектов или для продажи).

Басорама

рекламная панель с подсветкой, устанавливаемая на крыше автобуса

Биеннале

в рекламе: показ чего-либо два раза в год. В отличие от триеннале, т.е. три раза в год.

Ближнее окружение аудитории интернета

Те, кто сам не имеет никакого опыта работы с Интернетом, но у кого среди друзей есть не менее 3 регулярных посетителей Интернета.

Бокс

в полиграфии: часть рекламного текста, выделенная обводкой.

Брандмауэр

brandmower - глухая стена здания, используемая для размещения рекламы.

Браузер

browser - программа для просматривания содержимого web-сайтов. По статистике наиболее популярны броузеры MS Internet Explorer и Netscape Navigator.

Брэнд

торговая марка или товар, имеющий широкую известность. Положительно восприминается большинством общества

Брэндинг

Вся система маркетинговых и PR-акций, направленная на создание брэнда. От имеющегося неизвестного товара или фирмы до "у всех на слуху".

Буклет

рекламный проспект, который печатается на одном листе, а затем складывается. Как правило, раздается бесплатно на выставках или в офисе рекламодателя, а также рассылается.

Бул-Марк

реклама издательства, типографии, вкладываемая в книгу, журнал, каталог в виде красочной закладки.

В

Вариация товара

Модификация товара, который уже производится и находится на рынке, путем изменения его отдельных свойств или показателей качества. Могут быть изменены физические (материал, качество), эстетические (дизайн, цвет, форма), символические (название марки товара), свойства товара и связанные с такой деятельностью подразделения фирмы (служба покупателей, служба сервиса и т.д.). Важнейшими стратегиями модификации могут быть стратегии улучшения качества товара, повышения полезности товара, улучшение формы и стиля товара.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Векторная графика

графическое представление объекта в виде множества векторов (совершенно не подходит для представления фотографий, но очень хорош для макетов, например, визитной карточки или вывески).

Витрина

выкладка товаров, отделенная от потребителя прозрачной перегородкой.

Вояжер

разъездной торговец, рекламирующий и продающий товары.

Вывеска

средство наружной рекламы по месту продажи. Обычно это плоская табличка с надписью или рисунком, вешающаяся на здании магазина (кафе, ателье и т.п.).

Вымпел

флажок рекламного характера на подставке или для вывешивания на стене.

Г

Газета

флажок рекламного характера на подставке или для вывешивания на стене.

Гарнитура

внешний вид, написание шрифта.

Генеральная совокупность

Все, те люди, о которых делается вывод на основании социологических опросов. Описание ГС включает в себя основные соотношения возраста, пола и других социологических характеристик, актуальных для данного исследования.

Д

Дальнее окружение аудитории интернета

Те, кто сам не имеет никакого опыта работы с Интернетом, но у кого среди друзей есть минимум 1 регулярный посетитель Интернета.

Девиз

выражение рекламной идеи.

Дегустация

рекламное мероприятие, при котором дается возможность потенциальным клиентам попробовать продукт бесплатно.

Демографические характеристики

необходимые показатели при подготовке рекламных программ, маркетинговых исследований, ориентированных на определенные рынки или их отдельные сегменты. В эти описания включаются следующие характеристики: пол, возраст, состояние в браке, количество детей и т.д. Понятие социологические характеристики более широкое. см. ниже

Демоскопия

раздел современной прикладной социологии, связанный с изучением общественного мнения посредством анкетирования.

Демпинг

Продажа товара по ценам, значительно ниже среднего рыночного уровня, так называемым "бросовым", иногда ниже себестоимости. Во многих западных странах действуют антидемпинговые законодательства, которые защищают прибыль национальных производителей и нередко препятствуют ввозу товаров из других стран, предлагаемых по пониженным ценам в связи с недостаточной конкурентоспособностью

Багиев Георгий Леонидович, академик

Диагностика конкурентной среды

специфический, самостоятельный этап маркетингового исследования, необходимый для формирования более полного и точного представления о внутренних мотивах поведения конкурентов.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Диверсификация

1. Вид товарной стратегии, в соответствии с которой предприятие расширяет число производимых продуктов.

2. Одновременное расширение, развитие двух и более, не связанных друг с другом видов производств в целях завоевания новых рынков и получения дополнительной прибыли. Применяют горизонтальную, вертикальную и скрытую стратегии диверсификации.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Диверсификация горизонтальная

пополнение ассортимента фирмы новыми изделиями, которые не связаны с выпускаемыми ныне, но могут вызвать интерес существующей клиентуры.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Диверсификация концентрическая

пополнение ассортимента новыми изделиями, которые с технической или маркетинговой точки зрения похожи на существующие товары фирмы.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Директ мейл

(прямая почтовая рассылка) - реклама, направляемая по почте непосредственно потребителям, потенциально заинтересованным в сотрудничестве с фирмой или в ее товарах.

Доджер

рекламный проспект.

Е, Ё

Ёмкость рынка

market capa city - в маркетинге: совкупный платёжеспособный спрос покупателей, возможный годоой объем продаж определённого вида товара при сложившемся уровне цен. Зависит от степени освоения данного рынка, эластичности спроса, от изменения экономической конъюнктуры, уровня цен, качества товара и затрат на рекламу.

Ж

Жалон

рекламоноситель на месте продаж. Представляет собой как плоский, так и объемный картонный или пластиковый рекламоноситель в форме рекламируемого товара.

Жизненный цикл товара

определенный период (цикл) времени, отражающий основные этапы развития товара с момента его разработки до вывода с рынка; от него непосредственно зависит уровень прибыли продавца (продуцента) на каждом из этапов (стадий) цикла. В процессе развития продаж товара и получения прибыли обычно выделяют пять этапов: этап разработки товара (дорыночный), этап выведения (внедрения) товара на рынок, этап роста объема продаж товара, этап зрелости (насыщения), этап упадка продаж или элиминации товара с рынка.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Журнал

одно из средств рекламы в прессе. Отличается относительно высоким качеством печати.

З

Защитная марка

регистрируется одновременно со словесным торговым знаком и используется для его защиты от подражания. Например, для известного товарного знака ADIDAS в качестве защитной марки могли бы быть зарегистрированы ABIBAS, ADIBAS, AIDAS, ADIDA и т.п.

Защитная пауза

минимальный промежуток времени, который должен быть между рекламами фирм конкурирующих между собой. В международной практике защитная пауза доходит до 15 минут. В отечественной практике из-за недостаточности правовой базы понятие защитной паузы отсутствует.

И

Изография

точное воспроизведение каких-либо рукописей, почерков и т.п. Используется как художественный прием в изобразительной рекламе.

Имидж

образ товара, сходство, отражение, представление о чем-либо. Социально-психологическое явление, тесно связанное с экономикой товарного рынка. И. товара ассоциируется с репутацией товара, товарной марки, предприятия и страны изготовителя.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Имиджевая реклама

реклама, главной целью которой является обеспечение популярности брэнда или имени конкретного человека (как правило, в политической рекламе) обычно с перспективой на будущее.

Инверсия

переворачивание. Перестановка слов в предложении для усиления смысловой значимости "выносимого вперед" слова.

Информационные технологии маркетинга

1. Средство повышения эффективности разработки, создания и использования технологий маркетинга.

2. Совокупность средств и методов, представляющая собой целостную технологическую систему, которая призвана обеспечить эффективность планирования, организации и управления процессом маркетинговой деятельности, на том или ином иерархическом уровне экономики за счет кумулятивного эффекта интеграции и взаимодействия элементов информационной технологии, таких как компьютерные комплексы, компьютерные сети, интеллектуальные терминалы, комплекс средств и методов организации массивов данных, кодирования и поиска информации и др.

Багиев Георгий Леонидович, академик

К

Картуш

графическое украшение. Чаще всего в виде щита, панно, планшета, на который помещается рекламный текст, декоративные элементы.

Каталог

издание или сайт, содержащий систематизированное множество ссылок на другие сайты.

Качество товара

совокупность свойств товара, определяющих его способность удовлетворять конкретные потребности потребителей, соответствовать предъявляемым требованиям. В договорах купли-продажи стороны согласовывают показатели качества, порядок его проверки, представление документов, удостоверяющих соответствие качества поставленного товара согласованным требованиям, в необходимых случаях фиксируются условия сдачи-приемки товара по качеству, а также предоставление гарантий по качеству и срокам годности или хранения товара.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Кегль

условный размер шрифта, расстояние от нижней части строчной буквы р до верхней части заглавной буквы Р. Измеряется в пунктах (один пункт равен 0,35 мм).

Клик

сlick) нажатие мышью на баннер, да и вообще нажатие мышью на ссылку, кнопку на экране и т.п.

Коммивояжер

разъездной представитель торговой фирмы. Часто выполняет роль простого посредника или действует по поручению своего клиента. Обычно снабжен образцами товаров, рекламными изделиями и материалами. Получает вознаграждение от своих клиентов пропорционально объемам и эффективности совершенных с его помощью продаж.

Коммуникативная политика

1. Перспективный курс действий предприятия и наличие у него такой обоснованной стратегии использования комплекса коммуникативных средств (коммуникативный микс) и организации взаимодействия со всеми субъектами маркетинговой системы, которая обеспечивает стабильную и эффективную деятельность по формированию спроса и продвижению товаров и услуг на рынок с целью удовлетворения потребностей покупателей и получения прибыли.

2. Разработка комплекса стимулирования, т.е. мероприятий по обеспечению эффективного взаимодействия бизнес-партнеров, организации рекламы, методов стимулирования сбыта, связи с общественностью и персональной продажи.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Коммуникативное окружение аудитории интернета

состоит из населения, которое само не посещает Интернет, но имеет друзей среди тех, кто регулярно посещает Интернет. Оценки коммуникативного окружения аудитории интернета дают возможность представить масштабы влияния аудитории Рунета на прочее население страны через дружеские связи

Коммуникатор

лицо, группа лиц или организация, от которых непосредственно исходит информация в коммуникативном процессе.

Компендиум

сокращенное изложение основных положений.

Комплекс маркетинговых коммуникаций

многоплановая рекламная деятельность, включающая в себя рекламу в средствах массовой информации, мероприятия паблик рилейшнз, сейлз промоушн и директ-маркетинг и сопутствующие материалы и мероприятия.

Конкурентоспособность товара

1. Совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, обеспечивающая его преимущество на рынке перед товарами-конкурентами в удовлетворении конкретной потребности.

2. Способность товара быть первым купленным на рынке товаров-конкурентов. 3. Отношение полезного эффекта от потребления (использования) товара к затратам на его приобретение и эксплуатацию (цена потребления).

Багиев Георгий Леонидович, академик

Конкуренция

1. Соперничество на каком-либо поприще между отдельными лицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели каждый для себя лично, в частности, между предпринимателями - за большую долю прибыли, за рынки сбыта, за источники сырья.

2. Экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы, коммуникаций субъектов рыночной системы в процессе создания, сбыта и потребления материальных и духовных благ.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Концепция рекламной кампании

общее представление, включающее рекламную идею, рекламную аргументацию, особенности рекламных сообщений, обоснование выбора средств распространения рекламы, тип и логику рекламной кампании с учетом маркетинговых задач рекламодателя.

Консюмеризм

движение в защиту интересов потребителей. Реализуется в формировании обществ, публичных выступлений, в бойкоте фирм, магазинов и т.п. Развитие этого движения повлекло к возрастанию степени самоконтроля в рекламе, учёту защиты прав потребителей во всей рекламной деятельности.

Контрафакция товарного знака

использование товарного знака без согласия на то его владельца.

Контрреклама с точки зрения закона

опровержение ненадлежащей рекламы, распространяемое в целях ликвидации вызванных ею последствий

Закон РФ О рекламе

Кооперированная реклама

реклама, оплачиваемая совместно фирмой-производителем и ее сбытовыми агентами, т.е. между дилерами и производителем. Реклама, финансируемая совместно несколькими рекламодателями - общенациональными, локальными и т.п.

Копирайтер

copyright - специалист по созданию рекламных слоганов и текстов, пишет заказные статьи, прямо или косвенно носящие рекламный характер.

Корпоративная реклама

реклама, создающая потребность не в конкретной марке товара, а в полном товарном ассортименте

Багиев Георгий Леонидович, академик

Корригирующая реклама

появилась как реакция консюмеризма на недобросовестную рекламу. Реализуется в обнародовании информационных сообщений от лица контролирующих органов, занимающихся защитой прав потребителей. В них сообщается о неточностях и дезинформации, содержащихся в материалах рекламодателей. Особенно широко используется в США и скандинавских странах, где корригирующая реклама оплачивается за счет виновных лиц.

Корригирующее объявление

объявление, помещенное после допущенной ошибки в рекламе, вызвавшей дезинформацию относительно рекламируемого товара или фирмы. В рекламной практике в договоры с рекламными агентствами включаются пункты о публикации корригирующих объявлений.

Л

Личная продажа

любая активная деятельность по вовлечению в коммуникацию потенциальных и реальных потребителей товара и получению обратной связи и информации об их желаниях, потребностях, интересах с ориентацией на долговременные отношения. Личная продажа включает выявление перспективных покупателей и личное знакомство с ними, регулярное индивидуальное общение, выявление мнений об усовершенствованных и новых товарах.

Логотип

оригинальное начертание наименования рекламодателя, используемое как символ товара или фирмы, зачастую являющееся торговой маркой.

Лозунг

четкая, ясная и сжатая формулировка рекламной идеи, удобная для восприятия и запоминания (см. также копирайтер).

М

Максимальная аудитория интернета

Все посетители Интернета, включая и тех, кто имел хотя бы единичный опыт посещения Интернета.

Марка

имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, идентифицирующие товары или услуги одного или нескольких производителей - марка производителя, а также продавцов - торговая марка, и отличающие их от конкурирующих товаров и услуг.

Маркетинг, как рыночная деятельность

организация и управление процессом выявления, принятия во внимание и удовлетворения требований и желаний потребителя с прибылью для своей фирмы

Маркетинговые задачи

стратегические задачи, связанные с развитием фирмы и сбытом товара. Такие как, планирование товарного ассортимента, продаж и торговых операций, ценообразования, организация рекламы, стимулирование сбыта и распределение товаров, их хранение и транспортировка, управление торгово-коммерческим персоналом, проведение сервиса и т.п. Главная цель - создать условия для приспособления производства к спросу потребителей и требованиям рынка, разработать систему мероприятий, обеспечивающих продвижение товара от производителя к конечному потребителю.

Маркетинговые исследования

систематический и объективный сбор и анализ информации, связанной со сбытом продукции и предложением услуг. Проведение исследований увеличивает вероятность применения наиболее эффективных маркетинговых действий. Часто исследования предпринимают как реакцию на существующую проблему, хотя маркетинговая информация может быть использована и как основа для перспективного планирования.

Маркетинговый потенциал

1. Неотъемлемая часть потенциала предприятия.

2. Совокупная способность маркетинговой системы (предприятия) обеспечивать постоянную конкурентоспособность предприятия, экономическую и социальную конъюнктуру его товара или услуги на рынке благодаря планированию и проведению эффективных маркетинговых мероприятий в области исследования спроса, товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политики, а также организации стратегического планирования и контроля за поведением товара, конкурентов и потребителей на рынке.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Маркетинг статистика

1. Область статистики, изучающая состояние и динамику рынка и рыночных отношений на разных иерархических уровнях предпринимательской деятельности.

2. Вид профессиональной деятельности по сбору, обработке и анализу данных о состоянии и развитии систем маркетинга.

3. Совокупность данных и показателей, характеризующих состояние внутренней и внешней среды маркетинга.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Медиа

1. Средства распространения рекламы.

2. Вся совокупность средств аудио-, теле- и визуальной коммуникации

Багиев Георгий Леонидович, академик

Ментальность

психологический термин, говорящий о разнице восприятия между людьми, их оценок и взглядов, обусловленных образом жизни, воспитанием, образованием, культурой. Учитывается при подготовке рекламных обращений и аргументов для потребителей рынков.

Ментальность

психологический термин, говорящий о разнице восприятия между людьми, их оценок и взглядов, обусловленных образом жизни, воспитанием, образованием, культурой. Учитывается при подготовке рекламных обращений и аргументов для потребителей рынков.

Мерчандайзинг

стимулирование торговой деятельности, создание заинтересованности сбытовой сети в реализации товара.

Методы прогнозирования в маркетинге

научное предвидение, основанное на анализе фактических данных прошлого и настоящего исследуемого объекта. По величине периода укрепления выделяют краткосрочные прогнозы (до 1,5 лет); среднесрочные прогнозы - (5 лет); долгосрочные прогнозы - 10-15 лет, основанные на системе прогнозов различных составляющих. По форме представления прогнозы делятся на количественные и качественные; по охвату прогнозированием объекта исследования прогнозы бывают общими и частными.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Методы ценообразования

методы используемые при формировании цен на продукцию и услуги. Выделяют три метода ценообразования - основанный на издержках, основанный на линии покупателей, основанный на ценах конкурентов.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Модуль

определенного размера графическая реклама для публикации в прессе.

Мотто

определенного размера графическая реклама для публикации в прессе.

Мотивация

1. Процесс интенсификации мотивов индивидуума или их группы с целью активизации их действий по принятию решения об удовлетворении какой-то потребности.

2. Побуждающие действия, оказывающие влияние на активность покупателя в процессе принятия им решения о покупке.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Н

Наклейка

малая форма полиграфии, выпускается на самоклеящейся основе.

Наружная реклама

реклама на улицах (щиты, перетяжки и т.п.), на фасаде здания фирмы-рекламодателя (витрина, козырек и т.п.), а также на транспорте и в метро.

Недельная (n+) аудитория интернета

Те, кто регулярно посещает Интернет и проводит там не менее n часов в неделю

Ненадлежащая реклама с точки зрения закона

недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная и иная реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации

Закон РФ О рекламе

Нонпарель

мелкий типографский шрифт (2,25 мм).

О

Объемная марка

элемент фирменного стиля, товарный знак в объемном исполнении. Например: бутылка "Coca-Cola". Поддается регистрации на общих основаниях.

Оферта

коммерческое, рекламное, торговое обращение.

Офсет

самый распространенный вид печати. Особенно выгоден при больших тиражах.

Офорт

способ изготовления глубоких гравюр химическим травлением поверхности металлической пластины.

Офсет

самый распространенный вид печати. Особенно выгоден при больших тиражах.

Офферта

способ изготовления глубоких гравюр химическим травлением поверхности металлической пластины.

Охват

число представителей целевой аудитории, вступивших в контакт с конкретным средством рекламы или сочетанием коммуникационных средств, в течение определенного отрезка времени.

П

Паблик рилейшнз

Public Relations - коммуникативная активность, (включая косвенную рекламу), направленная на формирование гармоничных отношений с обществом, обычно открыто оплачиваемая и используемая как дополнение к рекламе, осуществляемая с целью информирования общественности о фирме, ее товарах, завоевания доверия и формирования благоприятного имиджа.

Паблисити

популяризация, создание известности. Действия, направленные на привлечение внимания.

Парти-плэнт

Party-Plant - одно из средств стимулирования сбыта. Организация демонстрации товара на дому во время специально устроенного приема гостей.

Патентный поверенный

представитель заявителя, который зарегистрирован в Патентном ведомстве и которому доверяется ведение дел, связанных с регистрацией товарных знаков. Полномочия патентного поверенного удостоверяются нотариально заверенной доверенностью.

Периодика

издания, выходящие с определенной периодичностью: газеты, журналы и т.п.

Петит

мелкий типографский шрифт (3 мм).

Пиксель

pixel - неделимая точка в графическом изображении растровой графики.

Плакат

красочное рекламное издание большого формата.

Подпись

текст, добавляемый в конце каждого исходящего письма e-mail, установленный в почтовой программе пользователем. Содержит ФИО, должность, место работы и др. информацию об отправителе.

Позиционирование товара на рынке

формулирование комплекса маркетинга, имеющего избирательную привлекательность для выбранного/ых сегментов и определение места марки товара в сознании потребителей. Позиционирование может основываться на особенностях товара, выгодах от него, возможностях покупки и пользования услугами, типами пользователей, сравнением с конкурентами.

Поисковая система

1) специальный сайт, на котором по ключевым словам можно получить ссылки на сайты, соответствующие этим словам;

2) компьютер, который производит поиск новых сайтов и проводящий их индексирование по ключевым словам для дальнейшей быстрой выдачи списка ссылок по запросу ключевых слов.

Поликарбонат

пластиковый материал для изготовления наружной рекламы.

Потребители рекламы с точки зрения закона

юридические или физические лица, до сведения которых доводится или может быть доведена реклама, следствием чего является или может являться соответствующее воздействие рекламы на них

Закон РФ О рекламе

Позиционирование товара на рынке

формулирование комплекса маркетинга, имеющего избирательную привлекательность для выбранного/ых сегментов и определение места марки товара в сознании потребителей. Позиционирование может основываться на особенностях товара, выгодах от него, возможностях покупки и пользования услугами, типами пользователей, сравнением с конкурентами.

Программа рекламы

программа рекламной деятельности на определенный период, сформированная с учетом стратегических и тактических задач фирмы и указанием целевой аудитории, видов и средств рекламы.

Презентация

рекламное мероприятие, включающее в себя демонстрацию товара и театральное (музыкальное) представление, а также фуршет (обед, ужин и т.п.)

Пресс-релиз

средство паблик рилейшнз, информационный бюллетень, предназначенный для газет, журналов, радио и телередакций, из которых они могут получить интересующую их информацию

Багиев Георгий Леонидович, академик

Пресс-рилейшинз

Press-Relations - установление и поддержание контактов с прессой для обеспечения редакционного освещения деятельности фирмы, представления ее товаров.

Промоушн

Promotion - содействие продаже, сбыту.

Профиль потребителей

социально-демографические и поведенческие характеристики потенциальных покупателей.

Р

Регулярная аудитория интернета

Все посетители Интернета за исключением тех, кто имел единичный опыт посещения Интернета или был в Интернете всего один или несколько раз за последние три месяца

Реклама с точки зрения закона

распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация), которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний

Закон РФ О рекламе

Рекламная аудитория

все лица, которые могут прочитать, увидеть или услышать рекламное сообщение, переданное конкретным источником информации.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Рекламная деятельность

организация и управление процессом планирования, создания, производства, доведения рекламных сообщений до целевой аудитории и контроль эффективности рекламных мероприятий.

Рекламная кампания

комплекс рекламных мероприятий, осуществляемых в соответствии с единой целью и концепцией.

Рекламная пирамида

сочетание основных типов потребительской аудитории, ее готовности приобретать рекламируемый товар. По мере возрастания ее готовности выделяют следующие стадии: незнание, осведомленность, знание, благорасположение, предпочтение, покупка, повторная покупка

Багиев Георгий Леонидович, академик

Рекламная стратегия

широкомасштабная долгосрочная программа, направленная на решение важнейшей рекламной цели. Разработка рекламной стратегии предполагает определение следующих элементов: целевая аудитория; концепция товара; средства массовой информации, и/или рекламоносители, используемые для передачи рекламного обращения; разработка рекламного обращения.

Рекламодатель с точки зрения закона

юридическое или физическое лицо, являющееся источником рекламной информации для производства, размещения, последующего распространения рекламы

Закон РФ О рекламе

Рекламопроизводитель с точки зрения закона

юридическое или физическое лицо, осуществляющее полное или частичное приведение рекламной информации к готовой для распространения форме

Закон РФ О рекламе

Рекламораспространитель с точки зрения закона

юридическое или физическое лицо, осуществляющее размещение и (или) распространение рекламной информации путем предоставления и (или) использования имущества, в том числе технических средств радиовещания, телевизионного вещания, а также каналов связи, эфирного времени и иными способами

Закон РФ О рекламе

Репрезентативная выборка

Социологический термин. Выборка людей из генеральной совокупности, позволяющая с высокой степенью достоверности ~ 4-5% переносить данные опроса репрезентативной выборки на генеральную совокупность. Характеризуется таким же как и генеральная совокупность процентным составом основных социологических характеристик (пол, возраст, социальное и семейное положение и т.п.)

Закон РФ О рекламе

Репринт

повторный тираж.

Референтная группа

в психологии: группа, в которой индивид хотел бы находиться, стиль жизни, ценности, манеры, моду которой, он одобряет и стремиться им подражать.

С

Сегментация рынка

разделение, разбивка рынка на четкие группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары и/или комплексы маркетинга.

Багиев Георгий Леонидович, академик

В основу сегментирования могут быть положены географические, демографические, психографические и поведенческие признаки.

Сейлз промоушн

Sales Promotion - непосредственное стимулирование сбыта. В самом широком смысле представляет собой все виды деятельности, связанные с предоставлением информации, в том числе и коммерческой рекламы о товаре или услуге, их характеристик, степени соответствия осознанным запросам потребителя, а так же все виды коммуникаций маркетинга.

Ситуационный анализ

один из этапов планирования маркетинговой деятельности. Представляет собой тщательный анализ внутренней и общей маркетинговой среды фирмы, в результате которого определяются ее сильные и слабые стороны, опасности и дополнительные возможности, ожидающие фирму в результате того или иного хода развития событий во внешней маркетинговой среде. Результатом ситуационного анализа может являться выбор фирмой одной из альтернативных стратегий своего развития: роста, сокращения или объединения.

Слоган

рекламный лозунг: четкая, ясная и сжатая формулировка рекламной идеи, которая легко воспринимается и запоминается.

Скрытая реклама

общее название материалов в прессе и художественных произведениях, содержащих положительную, коммерчески важную для определенной фирмы информацию.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Сопутствующие материалы и мероприятия в рекламной деятельности

дополнительные средства фирмы для решения различных задач рыночной деятельности. Они используются при личной продаже, мероприятиях паблик рилейшнз и сейлз промоушн. К ним относится печатная продукция в виде листовок, буклетов, брошюр, открыток и т.д., а также фильмы, торговые выставки, портативные приспособления для образцов товаров, ежегодные отчеты и оформление мест продажи.

Средства массовой информации

газеты, журналы, радио, телевидение

Спот

короткое рекламное обращение или рекламный ролик, вставляемый между теле- и радиопрограммами, продолжительностью от 10 до 60 секунд.

Спрос

категория, присущая товарному хозяйству и проявляющаяся в сфере обмена, торговли. С. выражает постоянно меняющуюся совокупную общественную потребность, представленную на рынке в различных товарах, складывающуюся из множества конкретных требований массы потребителей, отличающихся большим разнообразием.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Стиль жизни

привычки, особенности жизненного уклада и поведения людей, формирующих определенные группы населения.

Сэндвич-мэн

человек, разгуливающий по улице с двумя рекламными щитами на груди и на спине.

Т

Таргетинг рыночный

оценка каждого рыночного сегмента и выбор сегмента/ов обслуживания с целью выбора наиболее перспективного из них для сфокусированного рекламного воздействия.

Тейблдот

Tabledot - общий обеденный стол в пансионатах, крупных столовых и ресторанах. Часто используется для рекламы продуктов.

Телемаркетинг

вид маркетинга, осуществление которого основано на использовании средств телекоммуникаций и сети Internet, позволяющим потенциальным потребителям осуществлять ускоренный поиск и покупку товаров и услуг на реальных и виртуальных рынках.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Тендер

коммерческий конкурс. Используется для выбора партнеров. К примеру, рекламодатель объявляет конкурс среди нескольких рекламных агентств на решение конкретной рекламной задачи.

Тестемониум

форма рекламы, использующая авторитет популярной личности

Товарная политика

совокупность мероприятий и стратегий, ориентированных на постановку и достижение предпринимательских целей, которые включают выход нового товара или группы товаров на рынок (инновация), модернизацию уже находящихся на рынке товаров (вариация) или вывод из производственной программы выпускаемого товара (элиминация), а также ассортиментную политику.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Товарные стратегии

1. Главные принципиальные направления товарной политики, следуя которым предприятие может обеспечивать стабильный объем продаж и прибыль на всех стадиях жизненного цикла продукта. К товарным стратегиям обычно относят: инновацию, вариацию, элиминацию товара или услуги.

2. Разработка направлений оптимизации товарной номенклатуры и определение ассортимента товаров, которые создают условия для стабильной конкурентоспособности и эффективной деятельности фирмы.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Товарный знак

слово, имя, знак, символ или их сочетание, художественно оформленные и применяемые для индивидуализации и выделения производителей, продающих организаций или товаров среди конкурентов.

У

Уникальное торговое предложение

основная черта, характеристика или свойство, присущее предмету рекламы, выгодно отличающее его от конкурентов и привлекательное для потребителей

Ф

Фирменный стиль

единство постоянных художественных и текстовых элементов во всех рекламных разработках и средствах рекламы фирмы.

Франчайзинг

Организация и информационное сопровождение мероприятий на площадках клиентов, консультации по формированию PR-служб и других информационных структур

Х

Ц

Целевой рынок

рынок, выбранный в результате исследования рынков сбыта той или иной продукции или услуги, характеризующийся минимальными расходами на маркетинг и обеспечивающий для фирмы основную долю результата ее деятельности

Багиев Георгий Леонидович, академик

Целевая аудитория

определенная группа людей, состоящая из потенциальных потребителей товара (покупателей и клиентов), на которых направлено рекламное сообщение.

Ч

Ш

Щ

Щенок

Прием личной продажи, основанный на том, чтобы дать подержать товар в руках или оставить его на какое-то время у будущего владельца. Свое название получил потому, что трудно отдать щенка, которого взял на руки.

Э

Эластичность спроса

Elasticity - в маркетинге степень изменения одной переменной на небольшое относительное изменение другой, например, изменение спроса на экспортируемые промышленные товары вследствие изменения курса валюты или изменение спроса в результате изменения цен. Товары считаются менее эластичными, если изменения цен мало влияют на имеющийся на них спрос.

Эффективность рекламы

степень воздействия рекламных средств на потребителей в интересах производителя или посредника. Определяется до и после передачи рекламного обращения. Определение влияния рекламы на результаты продаж (экономическая эффективность) проводится путем относительного сравнения затрат на рекламу и объемов реализации товара по итогам деятельности в прошлом. Точность последнего метода не высока, так как на результаты продаж оказывают влияние помимо рекламы множество других факторов.

Багиев Георгий Леонидович, академик

Ю

Я

Ядро аудитории [недельная (3+) аудитория].

Те, кто регулярно посещает Интернет и проводит там не менее трех часов в неделю.