



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра «Лингвистика и иностранные языки»

Учебное пособие по дисциплине

«Иностранный язык (английский)»

Авторы
Хвостовицкая Т. Т.,
Шишова Н. В.

Ростов-на-Дону, 2019

Аннотация

Учебное пособие предназначено для студентов магистрантов и аспирантов, обучающихся по специальности «Реклама». Очная и заочная формы обучения всех направлений.

Авторы



старший преподаватель
кафедры «Лингвистика и
иностранные языки»
Хвостовицкая Т.Т.



заведующая кафедрой
«История и культурология»,
профессор, доктор
исторических наук.
Шишова Н.В.



Оглавление

Раздел 1. АНГЛИЙСКИЕ ТЕРМИНЫ И ИХ ПЕРЕВОД5

A.....	5
B.....	9
C.....	12
D.....	15
E.....	16
F.....	16
G.....	17
H.....	17
I.....	17
J.....	19
K.....	19
L.....	19
M.....	19
N.....	21
O.....	22
P.....	22
Q.....	25
R.....	26
S.....	27
T.....	29
U.....	29
V.....	30
W.....	30
Z.....	31

Раздел 2. РУССКИЕ ТЕРМИНЫ И ИХ ПЕРЕВОД.....31

A.....	31
Б.....	32
В.....	32
Г.....	33
Д.....	33
З.....	34
И.....	35
К.....	36
Л.....	37
М.....	38
Н.....	39
О.....	40

Иностранный язык (английский)

П.....	41
Р.....	44
С.....	47
Т.....	49
У.....	50
Ф.....	50
Ц.....	50
Ч.....	50
Ш.....	50
Щ.....	51
Э.....	51
Раздел 3. СПИСОК ОСНОВНЫХ СОКРАЩЕНИЙ	52

РАЗДЕЛ 1. АНГЛИЙСКИЕ ТЕРМИНЫ И ИХ ПЕРЕВОД

А

above-the-line advertising - реклама с помощью средств массовой информации и других методов платного распространения информации, приносящая рекламному агентству комиссию (обычно 15%)

Accelerator - контролер хода выполнения заказов в рекламном агентстве. Служащий рекламного агентства, отвечающий за соблюдение сроков выполнения заказа и контролирующий ход его выполнения

Account - клиент, рекламодатель, заказчик. Клиент рекламного агентства или рекламодатель, непосредственно публикующий рекламные сообщения

account executive - ответственный исполнитель. Служащий рекламного агентства, отвечающий за планирование и выполнение заказа клиента, ведущий дела одного или нескольких заказчиков. Он выступает в качестве связующего звена между агентством и рекламодателем, занимая одно из наиболее важных положений в рекламном агентстве. Именуется также контактором (см. contact man)

account group head - ответственный исполнитель заказов в рекламном агентстве, ведущий дела нескольких клиентов

account supervisor - ответственный исполнитель заказов в более крупном рекламном агентстве

across the board - по постоянному расписанию. Радио- или телевизионная программа, передаваемая не менее пяти раз в неделю в одно и то же время

ad hoc - специальный, эпизодический, чрезвычайный

ad hoc research - внеплановое исследование

adjacencies - примыкающие периоды времени. Эфирное время, непосредственно предшествующее или следующее сразу же за конкретным временем вещания или конкретной программой

ad page exposure - читаемость рекламной полосы. Числовая величина, показывающая, сколько раз данное рекламное объявление имело шансы быть увиденным (метод исследования американской фирмы «А. Политц рисёч»)

advance copy - сигнальный экземпляр

advance renewal - досрочное возобновление подписки на периодическое издание

advertise - рекламировать. Информировать, уведомлять или объявлять с помощью оплаченного сообщения

advertisement - рекламное объявление, сообщение. Информация, подготовленная для размещения в средствах распространения рекламы

advertisement originator - составитель рекламных объявлений

advertiser - рекламодатель, Клиент рекламного агентства или фирма (организация), непосредственно размещающая свои платные рекламные сообщения в средствах распространения рекламы. Различаются рекламодатели потребительских товаров, рекламодатели товаров промышленного и профессионального назначения, рекламодатели локальные, региональные и общенациональные, а также рекламодатели, ведущие рекламу своего предприятия или фирмы

advertising and (sales) promotion - реклама и стимулирование сбыта

advertising agency network - сеть рекламных агентств. Небольшая группа рекламных агентств (10-30), заключивших соглашение о взаимной помощи. Для них характерно отсутствие конкурентной борьбы за получение заказов, совместные выступления, обмен информацией

advertising appropriation - ассигнования на рекламу. Определение общей суммы расходов фирмы на проведение единовременного рекламного мероприятия, кампании, рассчитанной на сезон и/или на весь планируемый год маркетинга

advertising budget - смета расходов на рекламу. Конкретное распределение ассигнований по отдельным средствам распространения рекламы и на прочие виды мероприятий с указанием сроков проведения и объема затрат по каждому мероприятию. Часто употребляется в значении плана рекламной кампании, рекламной деятельности

advertising campaign - рекламная кампания. Комплекс рекламных мероприятий, проводимых рекламодателем или обслуживающим его агентством в одном или в нескольких средствах распространения рекламы в течение определенного промежутка времени

advertising copy - рекламный текст

advertising director (manager) - служащий фирмы или организации, на которого возложена общая ответственность за рекламу, включая составление смет расходов на рекламу и контроль за их выполнением

advertising and display material - рекламный и демонстрационный материал (каталоги, проспекты, альбомы, действующие модели, материалы витринных экспозиций, рекламные щиты, планшеты' и т.п.)

advertising media - средства распространения рекламы. Средства массовой коммуникации и другие каналы распространения рекламной информации

advertising message - рекламное сообщение, обращение, рекламный призыв

advertising registers - рекламные справочники. Справочники по рекламодателям общенационального значения или рекламным агентствам, публикуемые в большинстве зарубежных стран ежегодно

advertising solisitor - служащий редакции издания, занимающийся продажей рекламного места

advertising to business - реклама в адрес деловых предприятий

affidavit - подтверждение станции (сети) вещания о принятии сообщения для трансляции в обусловленное время

affiliate (station) - филиал. Станция вещания, входящая в трансляционную сеть или передающая ее программы

agency commission - агентская комиссия. Комиссионное вознаграждение, выплачиваемое рекламному агентству средствами распространения рекламы, в котором оно размещает рекламные сообщения своих клиентов. Обычно 15 % от общей тарифной стоимости заказа

agency fee - агентский гонорар. Уплачивается рекламодателем рекламному агентству за оказанные услуги. Может заменять собой комиссию или выплачиваться наряду с нею

agent - агент. 1. Лицо, представляющее артистов, ведущее от их имени дела и осуществляющее контакты. 2. Владелец или партнер рекламного агентства

American Advertising Federation - Американская рекламная Федерация. Объединение рекламных организаций, рекламодателей, рекламных агентств, средств распространения рекламы и фирм, имеющих отношение к рекламе, ставящее себе задачей сделать рекламу более эффективной для предпринимателя и более полезной для публики. Возникла в результате слияния двух ранее существовавших организаций: Advertising Federation of America, Advertising Assotiation of the West

American Business Press - «Американская деловая пресса». Организация, объединяющая технические, профессиональ-

ные, промышленные и другие отраслевые издания, созданная в результате слияния компаний «Объединенные деловые публикации» и «Ассоциация деловых изданий» (Associated Business Publications; Business Publication Association)

American Research Bureau (ARB) - «Американское бюро исследований». Фирма, специализирующаяся на определении величины и состава аудитории телевизионных сетей. Она использует как метод телезрительских дневников, так и электронную систему учета под названием «Арбитрон»

announcement - объявление. Краткое рекламное сообщение продолжительностью до одной минуты, передаваемое с перерывами между программами и в ходе программ вещания. Именуется также: spot, spot announcement

announcer - диктор. Служащий телевидения или радио, зачитывающий рекламные объявления и ведущий программы

annual rebate - скидка по итогам года

appeal of advertising - привлекательность рекламы, способность ее привлечь внимание аудитории

applause mail - «Аплодисменты по почте». Письма радиослушателей или телезрителей, адресованные органу вещания или финансирующей программу фирме (рекламодателю) и содержащие благоприятные отзывы

application engineer - инженер-эксплуатационник. Один из служащих, участвующих в принятии решения о закупке товаров промышленного назначения

area of dominant influence - зона доминирующего влияния центральной или местной телевизионной станции

area sampling - в рекламных исследованиях вероятностный отбор выборок из заранее определенных районов, например, городских кварталов

arrears - подписчики, оставленные в списках после того, как период их подписки истек

art, artwork - иллюстрация, оформление. Этим термином обозначается все содержание рекламного объявления в печатном издании, не являющееся текстом

association test - ассоциативный тест. Метод измерения известности марок товаров. Опрашиваемому предлагается припомнить одну из марок товара, который ему называют, и сказать, какая именно марка первой пришла ему на ум

audience breakdown - распределение рекламной аудитории. В вещании - доля, приходящаяся на каждую из станций вещания

audience composition - состав рекламной аудитории. Удельный вес различных демографических категорий, таких, как пол, возраст, размер дохода в рекламной аудитории, подвергаемой воздействию рекламного сообщения, средства распространения рекламы или целой рекламной кампании

audience flow — динамика рекламной аудитории. Увеличение или сокращение рекламной аудитории в течение времени передачи по радио или телевидению

audience participation show - радио- или телевизионная передача с участием студийной аудитории

audience turnover - текучесть рекламной аудитории. Степень изменений в составе рекламной аудитории за данный период времени

audit - исследование, проверка, заверка. Проверка данных издателя с целью установления достоверности содержащихся в заявлении издателя сведений за контрольный период

availability, «avails» - наличие. Эфирное время внутри передач или в интервалах между передачами, которое предлагается рекламодателям для покупки

average audience rating - средний показатель популярности, В вещательной рекламе - число домохозяйств, смотрящих или слушающих конкретную программу в расчете на минуту в среднем

average frequency - средняя частота воздействия на рекламную аудиторию, достигаемая благодаря использованию различных средств распространения рекламы

awareness - знание. Наличие у потребителя или потенциального потребителя сведений о конкретной марке товара. (Одна из степеней отношения потребителя к рекламируемому товару, которая может быть целью рекламной деятельности, особенно в отношении новых товаров)

В

back copies - экземпляры ранее вышедших номеров периодического издания

back lighting: 1. В наружной рекламе - многоцветный рекламный щит на прозрачной основе, освещаемый сзади. 2. В телевидении - освещение исполнителя сзади, придающее глубину сцене

back-to-back - впритык, встык. 1. Непосредственно прилегающие один к другому периоды эфирного времени, программы или рекламные передачи. 2. В полиграфии - печать с обеих сторон листа

bait advertising - зазывающая реклама. Реклама при помощи «живца». Рекламирование чрезвычайно выгодных цен или условий покупки товара для привлечения покупателей в магазин

balance sheet - бухгалтерский баланс. Письменный отчет о финансовом положении фирмы на определенный день года

balloons - заимствованный из газетных комиксов художественный прием изображения слов (речи) персонажа, выходящих из его уст

banded pack, banded pack offer - одно из средств стимулирования сбыта. Продажа товара совместно с бесплатным сувениром, прикрепленным к его упаковке

banner - в рекламе на месте продажи прямоугольный или треугольный планшет из пластика, ткани или бумаги, подвешиваемый в витринах, на стенах или в проходах торгового помещения и несущий рекламные сообщения

basic network - минимальная сеть. Минимальное число вещательных станций, которое должен законтрактовать рекламодатель, желающий воспользоваться услугами всей трансляционной сети

battered type, batter - сбитый или поврежденный типографский шрифт, поврежденная часть печатной формы

below-the-line advertising - рекламные заказы, выполняемые агентством по поручению клиента, которые не дают ему агентской комиссии (см. above-the-line advertising)

bias - смещение. Искажения, могущие возникнуть в процессе сбора, анализа или истолкования исследовательских данных

billing, billings - оборот по счетам. Общая сумма счетов, выставленных рекламным агентством своим клиентам для оплаты. В эту сумму входят стоимость услуг средств распространения рекламы, производственные расходы и услуги самого агентства. Принятый показатель объема деятельности рекламного агентства

billings breakdown - распределение деятельности агентства по различным средствам распространения рекламы

billing department - бухгалтерия рекламного агентства

blow up - увеличение. Репродуцирование иллюстраций в увеличенном масштабе. В рекламе - увеличение рекламного объявления до размеров, позволяющих использовать его как рекламный плакат или рекламный планшет

body copy — основной текст рекламного объявления в отличие от заголовка, подзаголовков и текста возвратного купона. Называется также body text, general text

body type - основной шрифт. Типографский шрифт, кото-

рым набран основной текст рекламного объявления, в отличие от выделительных шрифтов заголовка и подзаголовков. Называется также reading type, text type

bond paper - писчая бумага, наиболее часто используемая в деловой переписке

booklet - многополосный рекламный печатный материал с мягкой обложкой, которая обычно, хотя и не обязательно, выполняется из тиражной бумаги. Объем, как правило, не превышает 24 страниц

book mark - издательская реклама, вкладываемая в книгу в виде закладки

booth - стенд на выставке

box-top offers - «Вместо представления крышек». Предложение потребителям получить сувенир или иную премию против высылки или предъявления этикетки, крышки от упаковки (с уплатой некоторой суммы или без нее). Предложения такого рода часто передаются по радио

brand - товарная марка. Наименование, термин, символ, знак или дизайн, а также их комбинации, выступающие средством идентификации сорта товара или конкретного вида услуги одного продавца или группы продавцов, которые дают возможность выделить товары этих продавцов из массы аналогичных товаров и услуг, предлагаемых конкурентами

brand consciousness - степень осведомленности потребителя об определенной марке товара

brand image - образ марки товара. Субъективное восприятие потребителем, сумма реально существующих или приписываемых положительных моментов или недостатков, связанных в сознании потребителя с данной маркой товара

brand label - товарная этикетка простейшего типа, прикрепляемая к товару и несущая изображение торговой марки и/или товарной марки производителя

brand loyalty - привязанность к марке товара. Степень привязанности потребителя к определенной марке, оцениваемая на основе данных о продолжительности или регулярности ее покупки

brand switching - перемена марки товара потребителем

broadside, broadsheet - отпечатанный на одном листе печатный рекламный материал большого формата, обычно рассылемый как почтовое отправление, не требующее конверта. Наиболее часто используется в прямой почтовой рекламе на сферу торговли

broker - брокер. Сбытовой агент промышленной фирмы, работающий на условиях комиссии с оборота и ведущий дела с оптовыми или розничными торговцами, расположенными на его территории

bugs - дефекты в плане рекламных мероприятий

to debug - устранять дефекты, отлаживать

buried advertisement - «погребенное» рекламное объявление. Объявление, помещенное в углу нижней части полосы в окружении других рекламных объявлений. Считается невыгодным

buying influences - участники коллективного решения о закупке. Конкретные лица, имена, функции или должности которых известны, влияющие на решение вопроса о покупке товара или услуги. Несмотря на то, что заказ на покупку подписывается одним лицом, на принятие решения о покупке того или иного товара влияют многие специалисты различного профиля

buying space - покупка рекламного места. Приобретение права на опубликование рекламного объявления в конкретном средстве распространения рекламы, например, в периодическом издании и в программе, а также в виде рекламного щита (панели)

С

campaign - кампания, совокупность мероприятий, связанных с маркетингом товара или услуги. Включает в себя рекламу, продвижение товара (стимулирование сбыта) - «сейлз про-моушн», стимулирование деятельности сферы торговли («мерчандайзинг»), а также вспомогательные мероприятия, отраженные в едином плане-графике и подчиненные достижению поставленной цели. Комплекс рекламных и сопутствующих мероприятий в пользу товара или услуги, направленных на выполнение поставленной задачи

cancellation date - крайний срок для отмены заказа на место для размещения рекламы в издании без уплаты штрафа

catch line - первая часть заголовка

center bead, center heading - центральное расположение заголовка

center spread: 1. Центральный разворот. Место для размещения рекламных объявлений на одной из страниц, образующих центральный разворот издания, состоящий из одного листа. Благодаря такому расположению можно добиться лучшей печати и лучшей читабельности, чем при печатании на прочих разворотах. На центральном развороте можно напечатать рекламное объявление без потери площади внутренних полей. 2. Рекламное

объявление, занимающее вышеописанное положение. 3. В наружной рекламе - два смежных щита с рекламой одного и того же или близких товаров

character merchandising - использование популярного персонажа кино, телевидения или комиксов для создания вокруг него темы для потребительского конкурса или кампании по распространению премий. (Одно из средств стимулирования сбыта)

surface chart - диаграмма ломаной линией

classified advertisement, classified ad - состоящее из одних слов рекламное объявление, площадь под которое считается построчно, в отличие от изобразительного объявления, место под которое считается в дюймах (сантиметрах; миллиметрах) колонки

classified advertising - строчная или рубричная реклама. Рекламные объявления, подобранные по видам рекламируемых товаров или услуг. Обычно их размер и конфигурация ограничены. Называются также want ads

clear: 1. Получение законного разрешения на право использования в рекламе фотографий, цитат или отрывков из музыкальных произведений. 2. Согласование со станцией вещания времени передачи рекламной программы

clearance - термин, обозначающий утверждение клиентом рекламного агентства выполненной работы и разрешение на переход к следующему этапу

closed display - демонстрация товара в витринах

collateral - побочный, второстепенный. В рекламе этим термином обозначаются заказы рекламодателя, выполнение которых не приносит рекламному агентству комиссионного вознаграждения

commercial - рекламное сообщение по радио или телевидению; рекламная передача

commercial film - телевизионный рекламный ролик, фильм

commercial, audience - аудитория рекламной передачи. Количество домохозяйств, принимающих данную вещательную программу, содержащую рекламные сообщения. Рекламное сообщение считается принятым, если приемник был включен на соответствующую программу в момент его передачи

commission - способ компенсации, при котором продавец (агент по продаже, сбыту) получает определенный процент от объема сбыта, что составляет часть или весь его доход

company - акционерное общество, акционерная компания. Private company - частная компания. Компания, все или почти все акции которой принадлежат небольшому числу лиц

comprehensive, «сорт» - готовый макет рекламного объявления, по которому можно судить о том, как оно будет выглядеть на полосе

compulsory copy - обязательный экземпляр

consumer - потребитель, потребляющее предприятие

consumerist - защитник интересов потребителя. Общественный деятель, выступающий в защиту интересов потребителя. В США наиболее известен Ральф Нейдер, враждебно относящийся к рекламе

consumer advertising - реклама потребительских товаров; реклама на потребителя, представляющая собой коммерческое сообщение, адресованное окончательному и непосредственному потребителю (населению), которое информирует его о качествах рекламируемого товара или услуги

consumer behavio(u)r survey - изучение, исследование поведения потребителей, покупателей

container premium; premium packs - средство стимулирования сбыта. Упаковка товара, используемая, когда освобождается, для другой цели. Обычно она представляет собой бесплатный сувенир, но иногда ее стоимость включается в цену товара

continuity - повторение одной и той же темы в рекламных объявлениях или сохранение одного и того же аргумента в пользу покупки, обеспечивающее единство рекламной темы или коммерческого мотива в течение необходимого времени

continuity in advertising - последовательность в рекламе, сохранение единого рекламного стиля. Продолжительное проведение рекламных выступлений, в частности, повторение основной темы, макета или формата, неоднократное использование одних и тех же средств распространения рекламы

contract year - договорный год. Обусловленная продолжительность (срок действия) контракта со средствами распространения рекламы

controlled circulation (амер.) - контролируемый тираж. Тираж отраслевых (деловых или профессиональных) изданий, рассылаемых бесплатно или главным образом бесплатно лицам, выбранным издателем по профессиональному или иному признаку (см. qualified circulation)

controlled recognition - метод исследования эффективности рекламы, включающий проведение аналогичных тестов до и после публикации, чтобы путем сопоставления полученных данных выяснить действительную эффективность рекламного мероприятия

convenience foods - товары первой необходимости. Вид потребительских товаров

cooperative advertising - кооперированная реклама, реклама, оплачиваемая совместно промышленной фирмой, производящей товар (общенациональным рекламодателем) и ее сбытовыми агентами (торговыми посредниками)

cosponsoring, co-sponsoring - совместное финансирование. Совместная пропорционально-долевая оплата двумя или более рекламодателями общей для них программы по радио или телевидению, а также другого рекламного мероприятия.

cost per inquiry - стоимость одного запроса. Стоимость получения одного запроса о рекламируемом товаре или услуге в результате опубликования рекламного объявления, серии объявлений или проведения целой рекламной кампании

cost plus - цена выше себестоимости, цена плюс комиссия .

counter card - рекламный планшет, наприлавочная карта. Карта с наименованием марки товара и рекламным текстом, используемая в рекламе на месте продажи. Устанавливается на прилавке, стойке, вблизи рекламируемого товара 17

creativity - творческая функция рекламного агентства. Обычно подразделяется на составление рекламных текстов и выполнение художественных работ, включая фотографирование

cue: 1. Заключительные слова реплики одного актера, служащие сигналом для вступления другого. 2. Звуковой или музыкальный сигнал начала или продолжения действия. 3. Фраза, обозначающая изменение источника трансляции передачи, по которой операторы вещательных станций включают тот или иной канал

D

dash sign - рекламный плакат на средстве транспорта

deal - «сделка». Выгодные условия приобретения

dealer incentive - одно из средств стимулирования

diorama: 1. В рекламе на месте продажи - крупное изображение сценического характера, обычно объемное и с искусственным освещением. 2. В рекламе по телевидению - миниатюрный макет декорации или сцены с соблюдением перспективы, снимаемый как декорация в натуральную величину

direct action copy - рекламный текст, рассчитанный на немедленную покупку рекламируемого товара

direct sales - прямая продажа; прямой сбыт. Продажа товара или услуги производителем (поставщиком) непосредствен-

Иностранный язык (английский)

ному потребителю без посредничества оптового, розничного торговца или других торговых посредников

directory advertising - публикация рекламных объявлений в печатных справочниках, например, в телефонных, промышленных или адресных

directory - справочник; ежегодник, одной из разновидностей которого является каталог (buyers' guide)

display advertisements, display ads - изобразительные или макетные рекламные объявления

dodger - рекламный проспект

door opener - «отмычка». Одно из средств стимулирования сбыта. Сувенир, обычно недорогой, распространяемый представителем службы сбыта (коммивояжером) для привлечения внимания домашней хозяйки, розничного торговца или любого другого покупателя

double page spread - термин, служащий для определения сектора рынка или потенциальных потребителей, социально-экономический состав которых (по размеру дохода) ниже среднего уровня

E

earned rate: 1. Заработанная ставка. Ставка тарифа, которую рекламодатель платит за место или время, фактически использованные им за определенный промежуток времени. 2. Специальная ставка для рекламодателей, заключивших со средствами распространения рекламы долгосрочные контракты

envelope stuffer - материалы прямой почтовой рекламы, вкладываемые в конверты, в которых рассылаются счета, извещения, пресс-релизы и прочая корреспонденция

expansible demand pattern - легко расширяемая структура опроса. (О товарах, увеличение объема рекламы или активизация личной продажи которых приводит к росту общего спроса)

eye appeal - приятный для глаза; привлекательный

F

Facing - в наружной рекламе - расположение одного или нескольких рекламных щитов или панелей в одном месте так, что они открыты для обзора приближающегося транспорта

family of brands - групповая торговая марка; групповое фирменное наименование. Продажа нескольких разнородных товаров одного производителя под общей торговой маркой, преимуществом которой является то, что хорошая репутация одного

товара может распространиться и на другие товары. Основной недостаток групповой торговой марки заключается в потере четкого выделения каждого образа товара

fatigue of mail lists - в прямой почтовой рекламе устаревшие рассылочные списки

follow up advertising - последующие рекламные мероприятия

follow up letter; follow ups - рекламные письма; письма-напоминания потенциальным покупателям

franchise position - особо выигрышное расположение рекламы (непосредственная близость к редакционным материалам, значимость программы вещания, оживленный перекресток)

free lance - независимый творческий работник. Художник или составитель рекламных текстов, постановщик или режиссер программ вещания, выполняющий заказы рекламного агентства или рекламодателя на договорных началах

G

give-away: 1. Недорогой бесплатный рекламный сувенир, связанный непосредственно с товаром, распространяемый в торговом предприятии или рассылаемый по почте. Одно из средств стимулирования сбыта. 2. Распространение (раздача) информационного письма, листовки и других рекламных материалов. 3. Программа вещания, в которой участникам, находящимся в студии, а также зрителям или слушателям предлагаются призы

glossary - список специальных терминов, используемых в какой-либо отрасли, с комментариями

glossarial index - алфавитно-предметный указатель

H

headlight display - в рекламе на транспорте размещение рекламных объявлений на передней внешней части средств общественного транспорта. Называется также front-end display 20

I

impact; impact of advertising - воздействие рекламы. Степень воздействия на аудиторию рекламного сообщения, рекламной кампании или отдельного средства распространения рекламы

import agents - брокеры или другие торговые посредники, организующие продажу товаров иностранного поставщика внутри своей страны

impulse goods; point-of-purchase goods - товары, покупка которых заранее не планировалась, а была совершена на месте под влиянием вида товара или сообщения о нем

incentive - побуждение, побудительное мероприятие. Любая премия, предлагаемая за выполнение определенного заранее задания (обычно связанная с работой сбытовой службы или дилеров)

inducement - одно из мероприятий по стимулированию сбыта (премии, купоны, конкурсы покупателей, распространение образцов, применение упаковки вторичного пользования и т.л.)

industrial advertising - реклама товаров промышленного назначения (производственного потребления). Рекламирование товаров или услуг, адресованное фирмам, использующим их в своем производстве или занимающимся их распределением

industrial consumer - промышленный потребитель, производственный потребитель

industrial goods - товары промышленного назначения (производственного потребления). Товары, которые продаются главным образом для использования в производстве других товаров или при оказании услуг в противоположность товарам, которые продаются в первую очередь для личного потребления или пользования. В число этих товаров входят сырье, полуфабрикаты и части, потребляемые материалы, машины и оборудование, вспомогательное оборудование и т.п.

inside-the-store advertising - реклама на месте продажи (см. point-of-purchase advertising)

inside transit advertisement - рекламные объявления (планшеты), размещаемые внутри средств общественного транспорта

institutional advertising - рекламирование фирмы или организации. Реклама, направленная в первую очередь на создание положительного образа рекламодателя, благожелательного отношения или престижа, а не стимулирования немедленной покупки предлагаемых им товаров или услуг (см. corporate image advertising; public relations)

institutional campaign - кампания рекламы фирмы или организации

intaglio; intaglio printing - глубокая печать. Способ печатания с клише с углубленным изображением

integrated commercial: 1. Рекламное сообщение, передаваемое как часть развлекательной программы. 2. Рекламная передача о нескольких разнородных товарах одного рекламодателя

intermediate consumer - промежуточный потребитель

J

jobber - фирма, перепродающая оборудование и материалы промышленным компаниям, называемая также оптовиком или дистрибьютором

joint venture - совместное коммерческое предприятие

K

keying an advertisement - шифровка (кодирование) рекламных объявлений. Включение в текст объявления, условной цифры или буквы для того, чтобы, получив запрос, можно было бы установить его первоисточник

L

label - товарная этикетка, ярлык, наклейка

low pressure advertising - ненавязчивая реклама

M

main selling message - основная рекламная идея, основной аргумент в пользу приобретения рекламируемого товара; стержневая тема, вокруг, которой разрабатывается рекламная кампания

mandatory copy - обязательный текст. Предписанный законом текст на упаковке некоторых товаров, в частности спиртных напитков и табачных изделий, а также в рекламных сообщениях о них. Этим же термином обозначается текст, который по требованию рекламодателя включается во все его рекламные сообщения

market index - индекс рынка. Фактор, выбранный в качестве единицы измерения для сравнения сбытовых возможностей в различных регионах маркетинга

market profile - структура или профиль рынка. Характеристика потенциальных потребителей или анализ в разрезе возраста, пола, дохода, собственности и других показателей, группы лиц, которая образует рынок товара или услуги

market research; market analysis; market study - исследование рынка. Исследовательская деятельность, направленная на обнаружение и оценку сбытовых возможностей товаров данной фирмы

market segmentation - подразделение основного рынка на отдельные субрынки, отличающиеся по уровню дохода, обра-

зования, общественному положению и другим характеристикам больших групп потребителей, для их последующей индивидуальной проработки

market share - доля рынка. Доля продукции фирмы в фактическом или потенциальном объеме валовой продукции отрасли

marketing - маркетинг. Система взаимосвязанных видов предпринимательской деятельности, направленная на планирование, ценообразование, стимулирование сбыта и распределение товаров, удовлетворяющих спрос фактических и потенциальных потребителей. Совокупность мероприятий, обеспечивающих продвижение товара от производителя к конечному потребителю, которая включает в себя анализ конкурирующих товаров и услуг и изучение направлений развития отрасли

marketing audit - формулирование политики маркетинга; определение целей, принятие решений и характеристика условий, в которых эти решения предстоит провести в жизнь

marketing communications - коммуникации маркетинга К их числу относятся: 1) личная продажа; 2) реклама; 3) стимулирование сбыта (продвижение товара); 4) «паблик рилейшнз»

marketing effort - проведение мероприятий маркетинга

media - средства распространения рекламы. Термин, применяемый для обозначения всей совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации, таких, как печать, радио, телевидение, наружная реклама, реклама на транспорте

media breakdown - распределение расходов на рекламу для СМИ, показывающее их относительную предпочтительность среди рекламодателей

media buyer - специалист рекламного агентства, отвечающий за закупку рекламного времени и места

media buying - покупка услуг средств распространения рекламы; выбор наиболее предпочтительных средств распространения рекламы для проведения данной рекламной кампании

media coverage - доля обследуемой группы населения, охватываемая рекламной кампанией с использованием одного или нескольких средств распространения рекламы

media mix: 1, План комплексного использования различных средств распространения рекламы для проведения рекламной кампании, 2, Содержание рекламной кампании. Выделение ассигнований на проведение входящих в нее мероприятий

merchandising - мерчандайзинг. Составная часть маркетинга, любая деятельность, направленная на обеспечение максимально интенсивного продвижения товара на уровне розничной

торговли; стимулирование деятельности сферы торговли. Любые мероприятия, рассчитанные на то, чтобы заинтересовать сбытовую сеть в продвижении товара или услуги рекламодателя к потребителю. Этим термином обычно обозначают те формы стимулирования сбыта, которые не являются по форме объявлениями и которые, скорее, материально поощряют покупку, чем обосновывают ее при помощи логических доводов. Деятельность мерчандайзинга, не являясь частью рекламы, дополняет ее

merchandising media - средства мерчандайзинга (стимулирования деятельности сферы торговли). Подразделяются на две основные группы: 1) shop display material. Все виды материалов рекламы на месте продажи, передаваемые изготовителем (производителем) товара сбытовой сети. Их основная функция - напомнить покупателю о товаре рекламодателя в момент производства покупок (выбора товаров). Рекламодателем принимаются различные меры для побуждения розничного торговца выставить эти материалы (средства рекламы на месте продажи) в торговом помещении; 2) premium, free gift and coupon schemes. Премии, раздача мелких сувениров, различные виды скидок и многие другие виды побуждения совершить покупку. По существу, они представляют собой замаскированное снижение цены товара. В рамках мерчандайзинга их функция состоит в убеждении розничного торговца включить марку рекламодателя в свой ассортимент.

Эти мероприятия могут быть рассчитаны на сферу торговли или на непосредственных потребителей.

motivation research - исследование (анализ) мотивации. Исследование мотивов поведения, побудительных мотивов, причин, лежащих в основе поведения потребителей в связи с реакцией на рекламу, установление связи между поступками и скрытыми желаниями, эмоциями и намерениями. Использование результатов подобного рода исследований для достижения поставленных целей маркетинга

N

national advertising - общенациональная реклама; реклама общенационального масштаба

national brand - марка выпускаемого производителем товара, имеющего общенациональное распространение. Такие товары продаются во множестве розничных торговых предприятий. Называется также маркой производителя: manufacturer's brand

national media - общенациональные средства распространения рекламы, средства коммуникации, способные служить ка-

Иностранный язык (английский)

налами передачи рекламы на всей территории страны. Средства распространения общенациональной рекламы

nonpaid (non paid) circulation - бесплатное распространение. Часть тиража издания, рассылаемая бесплатно лицам или организациям, отвечающим квалификационным требованиям для получения этого издания (принадлежность к определенной профессии и т.п.)

novelty advertising - реклама с помощью распространения мелких рекламных сувениров

O

on speculation - предложение разработать рекламную идею (план кампании), которая будет оплачиваться только в случае ее принятия, а в случае отклонения - не оплачивается

operational research; operational marketing research - исследование операций маркетинга. Комплексный подход к исследованиям в области маркетинга и рекламы с использованием физических и математических моделей, отобранных с учетом будущего направления деятельности

opportunity of exposure - возможность рекламного контакта. Ожидаемая степень восприятия рекламного сообщения аудиторией радиослушателей или телезрителей

outdoor sign: 1) средство наружной рекламы, например, рекламный щит, плакат, световое табло или панно; 2) вывеска, указатель, знак с наименованием или эмблемой (торговой маркой) фирмы или с товарными марками представляемых ею компаний. Обычно устанавливается на принадлежащей фирме территории или на фасаде занимаемого ею здания

P

personal selling - личная продажа. Один из видов коммуникаций маркетинга. В отличие от рекламы, называемой иногда неличной продажей, сбытовая деятельность, осуществляемая служащим или агентом фирмы в процессе личного общения с перспективным покупателем

persuasive advertising - навязчивая реклама

philosophy (of a firm) - образ мыслей фирмы; ее отношение к различным элементам маркетинга, в том числе к рекламе

pioneering stage - фаза рекламной деятельности, когда потребители еще не признали достоинства рекламируемого товара, которые следует закрепить в их сознании, или же когда эти достоинства общепризнаны, успех товара на рынке зависит от

удовлетворения возникшего (созданного) спроса

point-of-sale display; point-of-purchase display - демонстрация на месте продажи. В состав экспозиций, демонстраций и других подобного рода мероприятий, проводимых в розничном торговом предприятии, часто включается распространение премий (сувениров)

position charge - дополнительная плата за предоставление времени или места, указанных рекламодателем

positioning - придание фирме средствами «паблик рилейшнз» и рекламы положения признанного, лидирующего поставщика определенного товара или услуги

poster: 1. Плакат в наружной рекламе - средство рекламы, отпечатанное типографским способом на больших листах бумаги и наклеиваемое на постоянные щиты или панели. 2. В рекламе на транспорте - рекламные плакаты, размещаемые снаружи средств общественного транспорта. 3. Лист бумаги или картона с рекламным изображением, предназначенный для вывешивания или расклейки в общественных местах, на специальных афишных панелях и тумбах

posting leeway в наружной рекламе - льготный (резервный) срок с даты начала расклейки, в течение которого она должна быть завершена

premium campaign - кампания по стимулированию сбыта путем предложения премий. Предложение премий широко освещается рекламой

premium price; premium rates; position charge - повышенные тарифные ставки за рекламное время или место, пользующиеся наибольшим спросом у рекламодателей

press release - пресс-релиз. Готовая информация о новом товаре или другом важном для фирмы событии, распространяемая среди органов печати для возможного опубликования

prestige advertising - престижная реклама. Рекламные сообщения, с помощью которых рекламодатель стремится повлиять на отношение потребителей к своей фирме, марке товара или предлагаемой услуге, не имея в виду их немедленную продажу

price cutting; underseiling; dumping - конкуренция по ценам

producer advertising - реклама промышленной фирмы, производящей рекламируемые ею товары

product - рекламируемый товар, предмет рекламы, товар, услуга или коммерческая идея

product advertising - реклама товара в противополож-

ность рекламе фирмы

product research - исследования, направленные на изучение отношения потребителя к рекламируемому товару, к аналогичным товарам конкурентов

production department; production - производственный отдел. В рекламном агентстве или рекламном отделе промышленной фирмы - группа лиц, занимающаяся превращением текста и иллюстраций в готовое печатное издание или печатный рекламный материал. В вещании - лица, ответственные за подготовку и представление программ вещания

professional advertising - реклама на представителей свободных профессий, врачей, архитекторов и т.п., способных рекомендовать рекламируемые товары или услуги своей клиентуре

promoted product - рекламируемый товар; товар, являющийся предметом кампании рекламы и стимулирования сбыта

promotion - содействие продаже, сбыту, создание для него благоприятных условий, стимулирование сбыта, продвижение товара. Один из видов деятельности, составляющих маркетинг. Непосредственное стимулирование сбыта тесно переплетается с рекламной деятельностью. В любой реальной ситуации разделить чисто рекламные функции и функции стимулирования сбыта затруднительно, что привело к появлению специального термина «реклама и стимулирование сбыта»

promotional mix - подбор элементов (компонентов) плана мероприятий по стимулированию сбыта

promotion matter - материалы, предназначенные для стимулирования сбыта товара, продвижения товара

promotional advertising - реклама мероприятий по стимулированию сбыта; распространение в рекламных сообщениях сведений о программах мероприятий, кампаниях по стимулированию сбыта, продвижению товара

sales promotional advertising - реклама мероприятий по стимулированию сбыта, нецеленных непосредственно на потребителя с целью заставить его купить рекламируемый товар

dealer promotional advertising - реклама мероприятий по стимулированию сбыта, направленных на дилеров и других розничных торговцев с целью побудить их включить рекламируемый товар в свой ассортимент и заняться его активным продвижением

proof-of-purchase - доказательство сделанной покупки. Часть упаковки товара или находившийся внутри нее предмет (этикетка, крышка, изображение марки или купон), дающий поку-

пателю право на получение премии (сувенира)

publicity - паблисити, популяризация, придание известности. Любая форма коммерчески важной информации о товарах, услугах, идеях или фирме, не оплачиваемая непосредственно заинтересованным в ней лицом. Действия, направленные на привлечение внимания публики; одно из главных орудий «паблик рилейшнз» для обеспечения редакционного освещения в разделах новостей или информации газет и журналов, а также в передачах новостей по радио и телевидению. Материал (статьи, сообщения или пресс-релизы о товаре или фирме), передаваемый бесплатно средствам массовой информации для опубликования по их усмотрению; готовится в форме редакционного, а не рекламного материала. Отличается от рекламы в собственном смысле тем, что не производится непосредственная покупка времени или места для публикации сообщений о товаре или фирме, хотя косвенная плата может иметь место в самых различных формах

public relations - «Паблик рилейшнз». Полноценного эквивалента при переводе с английского языка на любой иностранный нет. Практически во всех случаях термин не переводится; иногда переводится как «организация общественного мнения», «общественные отношения» и т.п. «Паблик рилейшнз» - это любая коммуникация, проводимая главным образом с целью создания престижа и обеспечения благожелательного отношения со стороны всех, от кого зависит успех работы фирмы или организации: собственных служащих; клиентуры; властей; общественности; широких слоев населения. Широкое понятие, относящееся к общему образу фирмы или производимому ею впечатлению. Систематически планируемая деятельность, направленная на оказание влияния на мнение и отношение лиц, представляющих интерес для фирмы, ее стабильности и сбыта ее продукции

Q

qualified reader в практике исследований - лицо, представившее доказательства, что им было прочитано обследуемое издание

quantity discount - скидка за количество. Скидка с обычных (общих) тарифных ставок, предоставляемая средствами распространения рекламы рекламодателям, покупающим обусловленное количество времени или места в течение данного периода времени

questionnaire; questionnaire - вопросник, анкета, используемые при проведении опросов, обследований, интервью и других

видов исследований в области рекламы. Приемы построения анкеты (questionnaire design) и структура- самих вопросов имеют очень большое значение для объективности и цельности выводов, к которым исследователи придут на основании изучения анкет

quota - квота. Заранее установленный объем сбыта в единицах товара или в сумме

quote - сослаться на кого-либо, цитировать чье-либо высказывание в рекламном сообщении

R

rate of commission - размер комиссионного вознаграждения

rational sales argument - основанный на логике, деловых соображениях аргумент в пользу приобретения рекламируемого товара

readership - читаемость. 1, Фактическое число читателей печатного издания в отличие от его тиража. (Один экземпляр издания может быть прочтен несколькими лицами). Измеряется числом читателей каждого номера, помноженным на тираж. 2. Часть читательской аудитории, которая может вспомнить, что прочла конкретное рекламное объявление или редакционный материал в данном номере издания.

advertisement readership - число лиц, прочитавших рекламное объявление

related advertisements - публикация несколькими рекламодателями одного или нескольких рекламных объявлений о сопутствующих товарах

related demand - спрос на сопутствующие товары

release - разрешение на публикацию рекламного объявления, выдаваемое рекламодателем средству распространения рекламы

reliability (of sample in market research) - надежность, степень представительности выборки при исследованиях рынка. Вероятная степень стабильности любого явления, установленного в результате наблюдения выборки, в случае его распространения на всю совокупность, из которой была взята данная выборка. Оценка надежности (степень стабильности данных) используется в исследованиях рынка для определения адекватного размера выборки, увеличение которого уже не дало бы существенного повышения надежности получаемых данных в неизменных условиях опыта

residuals в радио и телевидении - дополнительное вознаграждение

Иностранный язык (английский)

граждение исполнителям за повторное исполнение

retail customers - розничные торговые предприятия, покупающие продукцию промышленной фирмы

retail enterprise; retailer - розничное торговое предприятие

retailer promotion - мероприятия по стимулированию сбыта, продвижению товаров, рассчитанные на то, чтобы заинтересовать, поощрить активность розничного торговца

retail trade; retailing - розничная торговля

run-of-paper - указание на то, что рекламное объявление может быть размещено по усмотрению издателя

run-of-schedule; run-of-station - указание на то, что время для передачи рекламного сообщения предоставляется на усмотрение станции вещания, в отличие от конкретно указанного времени (fixed time)

S

sales argument; selling point - аргумент в пользу приобретения рекламируемого товара; торговый (коммерческий) аргумент; unique selling point - уникальное свойство товара, выделяющее его из массы аналогичных товаров конкурентов

sales promotion - стимулирование сбыта; продвижение товара. В самом широком смысле (понимании) представляет собой все виды деятельности, непосредственно связанные с предоставлением информации (в том числе и способной оказать воздействие) о характеристике товара или услуги и степени их соответствия осознанным запросам потребителя. В этом понимании средствами стимулирования сбыта должны считаться все виды коммуникаций маркетинга. В более распространенном понимании этому термину придается менее широкий смысл. Под ним понимаются все виды деятельности в сфере маркетинга, не являющиеся личной продажей, рекламой и популяризацией (паблисити), которые стимулируют покупку товара потребителем и интенсифицируют деятельность торговых посредников. Мероприятиями по стимулированию сбыта являются организация экспозиции, участие в выставке или ярмарке, а также разнообразные спорадические сбытовые мероприятия, выходящие за рамки обычной торговой деятельности. Информация о мероприятиях по стимулированию сбыта, предметом которой является не столько сам рекламируемый товар, сколько льготные условия его покупки, называется promotional advertising.

sales volume - объем продаж

sample: 1. Выборка, образец, представительная группа, наблюдение за которой дает возможность сделать выводы, справедливые в отношении всей совокупности, всего населения обследуемого района или большой группы. 2. Товар (обычно в миниатюрной упаковке или расфасовке), распространяемый бесплатно среди перспективных покупателей или потребителей для ознакомления и возбуждения их интереса к рекламируемому товару

sampling: 1. Метод исследования: 1Я, при котором характеристика целого (совокупности) определяется на основании изучения его статистической выборки (представительной выборки). Применяется в исследованиях рекламы и маркетинга и при изучении общественного мнения. 2. Распространение товара в миниатюрной или полной упаковке при его выходе на рынок или для стимулирования его сбыта. Товар при этом распространяется бесплатно или по значительно сниженной цене. Является одним из средств стимулирования сбыта

sandwichman; sandwich man - одно из средств наружной рекламы - специально нанятый человек, несущий рекламные плакаты на груди и на спине, прохаживаясь по улице

saturation campaign - кампания насыщения. Интенсивное использование вещательных средств распространения рекламы на отдельном рынке. Обычно при этом услуги станции покупаются по специальным сниженным расценкам.

selective appeal - доводы в пользу рекламируемого товара, рассчитанные на восприятие выборочной рекламной аудиторией, а не всеми потребителями

selective demand - квалифицированный потребительский спрос, вторичный спрос. Опрос на конкретную марку товара

self-liquidating point-of-purchase unit - материал рекламы на месте продажи, полностью или частично оплачиваемый розничным торговым предприятием

selling point - аргумент в пользу приобретения товара; торговый (коммерческий) аргумент

space-broker - агент, размещающий объявления в прессе, продающий рекламное место и получающий комиссионное вознаграждение от средств распространения рекламы

space buyer - покупатель рекламного места. В рекламном агентстве - служащий, оказывающий содействие в планировании рекламных кампаний в прессе и покупающий рекламное место в печатных изданиях, и у специализированных агентств по размещению объявлений наружной рекламы и рекламы на транспорте

special representative - специальный уполномоченный. Лицо или организация, представляющие издательство в продаже рекламного места за пределами города, где выходит орган печати. Один специальный уполномоченный может обслуживать нескольких издателей из разных городов. Называется также иногда представителем: foreign representative

specialties - рекламные сувениры. Предметы, предлагаемые регулярным покупателям, не обязательно в связи со сделанной покупкой (зажигалки, авторучки, настольные блокноты, календари, брелоки и многие другие предметы с торговой маркой или логотипом рекламодателя)

specialty goods - специально разыскиваемые товары (вид потребительских товаров)

T

target date - плановый срок выполнения заказа

teaser - приманка. Рекламное сообщение, задуманное так, чтобы вызвать любопытство, не раскрывая при этом имени рекламодателя или названия товара, а обещая дальнейшую информацию в последующих сообщениях. Обычно предшествует рекламной кампании

test market - пробный рынок. Рынок ограниченного масштаба, на котором производятся пробные выступления рекламного или маркетингового характера для определения степени эффективности новых идей, изучения реакции на новые товары и т.п.

time buyer - покупатель эфирного времени, В рекламном агентстве - специалист по размещению рекламных сообщений в органах вещания, оказывающий содействие в планировании рекламных кампаний и закупающий необходимое для их проведения рекламное время на радио и/или телевидении

token payment - платеж, не покрывающий стоимость товара, услуги

training program - программа обучения и подготовки кадров рекламных работников

try-out campaign - пробное выступление на рынке

U

ultimate consumer; user - конечный потребитель

unaided recall; pure recall - припоминание без подсказки. Метод исследований, при котором опрашиваемый должен отвечать на предлагаемые вопросы без всяких подсказок

Иностранный язык (английский)

unique selling point - уникальное свойство товара, выделяющее его из остальной массы родственных товаров

V

validity (of sample in market research) - степень представительности выборки в исследованиях рынка или рекламных исследованиях

variable costs - себестоимость, меняющаяся в зависимости от объема производства

vehicle - носитель. Носитель рекламных сообщений. Конкретное средство распространения рекламы, например, определенный журнал или вещательная станция

vertical buy - план-график публикации рекламных объявлений в нескольких однотипных журналах для оказания максимального воздействия на рекламную аудиторию (см. horizontal buy)

vertical cooperative advertising - кооперированная реклама с финансовым участием фирмы - производителя товаров и розничной торговой сети (см. cooperative advertising)

vocational advertising - реклама, рассчитанная на профессионалов (в отличие от рекламы, рассчитанной на потребителей). Широкое понятие, охватывающее четыре специфических категории рекламной деятельности: 1) trade advertising - рекламу на сферу торговли; 2) industrial advertising - рекламу товаров промышленного назначения; производственного потребления; 3) professional advertising - рекламу товаров и услуг, рассчитанную на представителей таких профессий, как врачи, архитекторы и другие, имеющие возможность рекомендовать рекламируемые товары своей клиентуре; 4) farm advertising - реклама на сельское хозяйство, своеобразие которой связано с тем, что ферма - это одновременно и производящая, и потребляющая единица, вследствие чего этот вид рекламы носит в себе черты как рекламы потребительских товаров, так и товаров производственного потребления. Отличительной чертой всех этих видов рекламы является то, что рекламируемые товары используются для производства других товаров или услуг, а не для потребления конечными потребителями.

W

wall sign - рекламное сообщение, написанное красками на стене здания

want ads (small; classified ads) - строчные или рубрич-

ные рекламные объявления

waste circulation; waste: 1. Бросовый тираж; бесполезный тираж. Часть тиража издания, которая заведомо не достигнет потенциальных потребителей рекламируемого товара и не окажет на них воздействия, поскольку попадет к тем, кому этот товар не нужен. 2. Рекламирование в районе, где рекламодатель не имеет распределительной и сбытовой сети.

window envelope - в прямой почтовой рекламе - конверт с окошечком на лицевой стороне, через которое виден напечатанный на вложенном в него отправлении адрес и наименование получателя

window strip - рекламный плакат, наклеиваемый на стекла витрин изнутри торгового зала

Z

zone plan - тактика проведения рекламной кампании, состоящая в концентрации рекламных мероприятий в определенном ограниченном районе (см. national plan; cream plan). Эта тактика целесообразна для эффективного использования ограниченных рекламных средств при рекламе товаров массового спроса

РАЗДЕЛ 2. РУССКИЕ ТЕРМИНЫ И ИХ ПЕРЕВОД

A

агент, размещающий объявления в прессе, продающий рекламное место и получающий комиссионное вознаграждение от средств распространения рекламы - **space-broker**

агентский гонорар. Уплачивается рекламодателем рекламному агентству за оказанные услуги. Может заменять собой комиссию или выплачиваться наряду с ней - **agency commission**

агентское комиссионное вознаграждение, выплачиваемое рекламному агентству средствами распространения рекламы, в котором оно размещает рекламные сообщения своих клиентов. Обычно 15% общей тарифной стоимости заказа - **agency fee**

агентство, представляющее списки различного профиля для рассылки материалов прямой почтовой рекламы - **list broker**

«Аплодисменты по почте». Письма радиослушателей или телезрителей, адресованные органу вещания или финансирующей программу фирме (рекламодателю) и содержащие благоприятные отзывы - **applause mail**

аргумент в пользу приобретения товара; торговый (коммерческий) аргумент, unique selling point - уникальное свойство товара, выделяющее его из массы аналогичных товаров кон-

курентов - **sales argument; selling point**

ассигнования на рекламу. Определение общей суммы расходов фирмы на проведение единовременного рекламного мероприятия, кампании, рассчитанной на сезон и/или на весь планируемый год маркетинга - **advertising appropriation**

ассоциативный тест. Метод измерения известности марок товаров. Опрашиваемому предлагается припомнить одну из марок товара, который ему называют, и сказать, какая именно марка первой пришла ему на ум - **association test**

аудит маркетинга - оценка принятых решений и характеристики условий, в которых эти решения предстоит провести в жизнь - **marketing audit**

аудитория рекламной передачи. Количество домохозяйств, принимающих данную вещательную программу, содержащую рекламные сообщения. Рекламное сообщение считается принятым, если приемник был включен на соответствующую программу в момент его передачи - **commercial audience**

Б

бесплатное распространение. Часть тиража издания, рассылаемая бесплатно лицам или организациям, отвечающим квалификационным требованиям для получения этого издания (принадлежность к определенной профессии и т.п.) - **nonpaid circulation**

брокеры или другие торговые посредники, организующие продажу товаров иностранного поставщика внутри своей страны - **import agents**

бросовый тираж. Часть тиража издания, которая заведомо не достигнет потенциальных потребителей рекламируемого товара и не окажет на них воздействия, поскольку попадет к тем, кому этот товар не нужен - **waste circulation; waste**

бухгалтерия рекламного агентства - **billing department**

бухгалтерский баланс. Письменный отчет о финансовом положении фирмы на определенный день года - **balance sheet**

В

внеплановое исследование - **ad hoc research**

воздействие рекламы. Степень воздействия на аудиторию рекламного сообщения, рекламной кампании или отдельного средства распространения рекламы - **impact of advertising**

возобновление подписки на периодическое издание - **advance renewal**

вопросник, анкета, используемые при проведении опросов, обследований, интервью и других видов исследований в области рекламы. Приемы построения анкеты (questionnaire design) и структура самих вопросов имеют очень большое значение для объективности и цельности выводов, к которым исследователи придут на основании изучения анкет - **questionnaire; questionnaire**

выбор марки товара, когда потребитель не имеет привязанности к определенной марке товара и должен выбирать из нескольких - **brand selection**

выборка, образец, представительная группа, наблюдение за которой дает возможность сделать выводы, справедливые в отношении всей совокупности, всего населения обследуемого района или большой группы (1); товар (обычно в миниатюрной упаковке или расфасовке), распространяемый бесплатно среди перспективных покупателей или потребителей для ознакомления и возбуждения их интереса к рекламируемому товару (2) – **sample**

выборщик марки товара. Должностное лицо (служащий), наделенное полномочиями выбирать конкретную марку товара или менять закупаемую марку товара (поставщика) - **brand decider**

Г

групповая торговая марка; групповое фирменное наименование. Продажа нескольких разнородных товаров одного производителя под общей торговой маркой, преимуществом которой является то, что хорошая репутация одного товара может распространиться и на другие товары. Основной недостаток групповой торговой марки заключается в потере четкого выделения каждого образа товара - **family of brands**

Д

демонстрация на месте продажи. В состав экспозиций, демонстраций и других подобного рода мероприятий, проводимых в розничном торговом предприятии, часто включается распространение премий (сувениров) - **point-of-sale display; point-of-purchase display**

демонстрация товара в витринах - **closed display**

диктор. Служащий телевидения или радио, зачитывающий рекламные объявления и ведущий программы - **announcer**

динамика рекламной аудитории. Увеличение или сокра-

щение рекламной аудитории в течение времени передачи по радио или телевидению - **audience flow**

дистрибьютор. Лицо или фирма, занимающаяся на договорных началах сбытом, перепродажей, складированием или сервисом товара производителя - **distributor**

доводы в пользу рекламируемого товара, рассчитанные на восприятие выборочной рекламной аудиторией, а не всеми потребителями - **selective appeal**

договорный год. Обусловленная продолжительность (срок действия) контракта со средствами распространения рекламы - **contract year**

договорный тираж. Часть тиража издания, распространяемая по контракту с фирмами, представившими списки своих фактических или потенциальных клиентов, которым экземпляры издания рассылаются бесплатно - **franchise circulation**

доказательство сделанной покупки. Часть упаковки товара или находившийся внутри нее предмет (этикетка, крышка, изображение марки или купон), дающий покупателю право на получение премии (сувенира) - **proof-of-purchase**

доля обследуемой группы населения, охватываемая рекламной кампанией с использованием одного или нескольких средств распространения рекламы - **media coverage**

доля рынка. Доля продукции фирмы в фактическом или потенциальном объеме валовой продукции отрасли - **market share**

дополнительная плата за предоставление времени или места, указанных рекламодателем, **position charge**

дополнительное вознаграждение исполнителям за повторное исполнение сотрудникам СМИ - **residuals**

дублированное воздействие на рекламную аудиторию. Охват средствами распространения рекламы рекламной аудиторией, уже подвергавшейся воздействию этого же или другого средства распространения рекламы - **audience duplication**

3

засылающая реклама. Реклама при помощи «живца». Рекламирование чрезвычайно выгодных цен или условий покупки товара для привлечения покупателей в магазин, где выясняется, что приобрести товар на объявленных условиях затруднительно, если не вовсе невозможно - **bait advertising**

защитник интересов потребителя. Общественный деятель, выступающий в защиту интересов потребителя. В США

наиболее известен Ральф Нейдер, враждебно относящийся к рекламе - **consumerist**

знание. Наличие у потребителя' или потенциального потребителя сведений о конкретной марке товара - **awareness**

зона влияния центральной или местной телевизионной станции - **area of dominant influence**

И

измерение, обследование рекламной аудитории. Исследования, направленные на установление величины и состава рекламной аудитории средства распространения рекламы или конкретного рекламного объявления - **audience measurement**

изучение, исследование поведения потребителей, покупателей - **consumer behavio(u)r survey**

изобразительные (или макетные) рекламные объявления - **display advertisements, display ads**

иллюстрация, оформление. Этим термином обозначается все содержание рекламного объявления в печатном издании, не являющееся текстом - **art, artwork**

инженер-экоплатационник. Один из служащих, участвующих в принятии решения о закупке товаров промышленного назначения - **application engineer**

индекс рынка. Фактор, выбранный в качестве единицы измерения для сравнения бытовых возможностей в различных регионах маркетинга - **market index**

использование популярного персонажа кино, телевидения или комиксов для создания вокруг него темы для потребительского конкурса или кампании по распространению премий. (Одно из средств стимулирования сбыта) - **character merchandising**

исследование (анализ) мотивации. Исследование мотивов поведения, побудительных мотивов, причин, лежащих в основе поведения потребителей в связи с реакцией на рекламу, установление связи между поступками и скрытыми желаниями, эмоциями и намерениями. Использование результатов подобного рода исследований для достижения поставленных целей маркетинга - **motivation research**

исследование, проверка, заверка. Проверка данных издателя с целью установления достоверности содержащихся в заявлении издателя сведений за подвергающийся контролю период - **audit**

исследование рынка. Исследовательская деятельность,

направленная на обнаружение и оценку сбытовых возможностей товаров данной фирмы - **market research; market analysis; market study**

исследование операций маркетинга. Комплексный подход к исследованиям в области маркетинга и рекламы с использованием физических и математических моделей, отобранных с учетом будущего направления деятельности - **operational research; operational marketing research**

К

кампания, совокупность мероприятий, связанных с маркетингом товара или услуги. Включает в себя рекламу, продвижение товара (стимулирование сбыта) - «сейлз про-моушн», стимулирование деятельности сферы торговли («мерчандайзинг»), а также вспомогательные мероприятия, отраженные в едином плане-графике и подчиненные достижению поставленной цели. Комплекс рекламных и сопутствующих мероприятий в пользу товара или услуги, направленных на выполнение поставленной задачи - **campaign**

кампания рекламы фирмы или организации - **institutional campaign**

кампания насыщения. Интенсивное использование вещательных средств распространения рекламы на отдельном рынке - **saturation campaign**

кампания по стимулированию сбыта путем предложения премий. Предложение премий широко освещается рекламой - **premium campaign**

квалифицированное распространение. Тираж отраслевых изданий (деловых или профессиональных изданий), распространяемых бесплатно или главным образом бесплатно лицам или организациям, отобранным издателем по профессиональному признаку или отвечающим квалификационным требованиям. Их соответствие этим требованиям должно подтверждаться поддающимися проверке документами, датированными последними тремя годами - **qualified circulation**

квалифицированный потребительский спрос, вторичный спрос. Опрос на конкретную марку товара - **selective demand**

квота. Заранее установленный объем сбыта в единицах товара или в сумме - **quota**

клиент, рекламодатель, заказчик. Клиент рекламного агентства или рекламодатель, непосредственно публикующий ре-

кламные сообщения - **accountcampaign**

коммерческий аргумент - selling point

коммуникации маркетинга. К их числу относятся: 1) личная продажа; 2) реклама; 3) стимулирование сбыта (продвижение товара); 4) «Паблик рилейшнз»

конверт с окошечком на лицевой стороне, через которое виден напечатанный на вложенном в него отправление адрес и наименование получателя - **window envelope**

конечный потребитель - ultimate consumer; user

конкурсы и лотереи. Различие между ними в том, что победитель конкурса должен показать свои знания или умение (обычно в связи с рекламируемым товаром), а победитель лотереи определяется по жребию - **contests and sweepstakes**

контролируемый тираж. Тираж отраслевых (деловых или профессиональных) изданий, рассылаемых бесплатно или главным образом бесплатно лицам, выбранным издателем по профессиональному или иному признаку - **controlled circulation**

кооперированная реклама; кооперация в рекламе. Реклама, оплачиваемая совместно промышленной фирмой, производящей товар (общенациональным рекламодателем) и ее сбытовыми агентами (торговыми посредниками). Называется также кооперацией между дилером и производителем или вертикальной кооперацией технического характера - **cooperative advertising**

крайний срок для отмены заказа на место для размещения рекламы в издании без уплаты штрафа - **cancellation date**

контролер хода выполнения заказов в рекламном агентстве. Служащий рекламного агентства, отвечающий за соблюдение сроков выполнения заказа и контролирующий ход его выполнения - **accelerator**

концепция маркетинга; принцип маркетинга. Интеграция, концентрация, объединение всех маркетинговых и административных функций, исходя из того, что удовлетворение запросов потребителей с использованием всех элементов маркетинга является самым рациональным способом достижения максимальной прибыли в течение длительного времени, **marketing concept**

Л

личная продажа. Один из видов коммуникаций маркетинга. В отличие от рекламы, называемой иногда неличной продажей, сбытовая деятельность, осуществляемая служащим или агентом фирмы в процессе личного общения с перспективным покупателем - **personal selling**

льготный срок с даты начала расклейки наружной рекламы, в течение которого она должна быть завершена - **posting leeway**

М

макет рекламного объявления, по которому можно судить о том, как оно будет выглядеть на полосе - **comprehensive («согр»)**

марка выпускаемого производителем товара, имеющего общенациональное распространение. Такие товары продаются во множестве розничных торговых предприятий - **national brand**

маркетинг. Система взаимосвязанных видов предпринимательской деятельности, направленная на планирование, ценообразование, стимулирование сбыта и распределение товаров, удовлетворяющих спрос фактических и потенциальных потребителей - **marketing**

маркетинговые мероприятия - **marketing effort**

материал рекламы на месте продажи, полностью или частично оплачиваемый розничным торговым предприятием - **self-liquidating point-of-purchase unit**

материалы прямой почтовой рекламы, вкладываемые в конверты, в которых рассылаются счета, извещения, пресс- релизы и прочая корреспонденция - **envelope stuffer**

материалы, предназначенные для стимулирования сбыта товара; продвижения товара - **promotion matter**

мероприятия по стимулированию сбыта, продвижению товаров, рассчитанные на то, чтобы заинтересовать, поощрить активность розничного торговца - **retailer promotion**

метод исследования, при котором характеристика целого (совокупности) определяется на основании изучения его статистической выборки (представительной выборки). Применяется в исследованиях рекламы и маркетинга и при изучений общественного мнения (1); распространение товара в миниатюрной или полной упаковке при его выходе на рынок или для стимулирования его сбыта. Товар при этом распространяется бесплатно или по значительно сниженной цене. Является одним из средств стимулирования сбыта (2) - **sampling**

метод припоминания по подсказке. Метод исследования запоминаемости рекламных объявлений. Опрашиваемому предлагается какая-либо подсказка, например, тема рекламной кампании, которая могла бы помочь ему вспомнить название исследуемой марки товара - **aided-recall method**

минимальная сеть. Минимальное число вещательных станций, которое должен законтрактовать рекламодатель, желающий воспользоваться услугами всей трансляционной сети - **basic network**

многополосный печатный материал с мягкой обложкой, которая обычно, хотя и не обязательно, выполняется из тиражной бумаги. Объем обычно не превышает 24 страниц - **booklet**

Н

навязчивая реклама - persuasive advertising

надежность (степень стабильности данных), используемая в исследованиях рынка для определения адекватного размера выборки - **reliability (of sample in market research)**

название марки. Текстовая торговая марка или текстовая часть торговой марки. Зарегистрированное наименование марочного товара, товарное имя, широко используемое в рекламе - **brand name**

наружная реклама. Средство распространения рекламы, которое доносит рекламные сообщения до аудитории при помощи отпечатанных типографским способом плакатов, рисованных щитов или световых табло, устанавливаемых в местах наиболее оживленного уличного движения, а также вдоль шоссе и железных дорог - **outdoor advertising**

насыщение рекламой. Метод планирования использования средств распространения рекламы, нацеленный на достижение планируемого объема рекламной деятельности (количества рекламных контактов) и максимального воздействия на потенциальных потребителей за короткий промежуток времени - **saturation**

невыгодное размещение рекламного объявления впритык к внутренним полям противолежащих страниц издания - **gutter position**

независимый творческий работник. Художник или составитель рекламных текстов, постановщик или режиссер программ вещания, выполняющий заказы рекламного агентства или рекламодателя на договорных началах - **free lance**

ненавязчивая реклама - low pressure advertising

носитель рекламных плакатов на груди и на спине на улице и в торговых центрах - **sandwichman; sandwich man**

носитель рекламных сообщений. Конкретное средство распространения рекламы, например, определенный журнал или

вещательная станция - **vehicle**

O

оборот по счетам. Общая сумма счетов, выставленных рекламным агентством своим клиентам для оплаты. В эту сумму входят стоимость услуг средств распространения рекламы, производственные расходы и услуги самого агентства, Принятый показатель объема деятельности рекламного агентства - **billing, billings**

образ марки товара. Субъективное восприятие потребителем, сумма реально существующих или приписываемых положительных моментов или недостатков, связанных в сознании потребителя с данной маркой товара - **brand image**

общенациональные средства распространения рекламы, средства коммуникации, способные служить каналами передачи рекламы на всей территории страны. Средства распространения общенациональной рекламы - **national media**

обязательный текст. Предписанный законом текст на упаковке некоторых товаров, в частности спиртных напитков и табачных изделий, а также в рекламных сообщениях о них. Этим же термином обозначается текст, который по требованию рекламодателя включается во все его рекламные сообщения - **mandatory copy**

обязательный экземпляр - compulsory copy

объявление. Краткое рекламное сообщение продолжительностью до одной минуты, передаваемое с перерывами между программами и в ходе программ вещания - **announcement**

ожидаемое восприятие рекламного сообщения аудиторией - **opportunity of exposure**

опрос, интервью без заранее разработанного вопросника, в ходе которого опрашиваемому создаются условия для свободного высказывания- **nonstructured Interview**

основная идея; основной аргумент в пользу приобретения рекламируемого товара; стержневая тема, вокруг, которой разрабатывается рекламная кампания - **main selling message**

основной текст рекламного объявления в отличие от заголовка, подзаголовков и текста возвратного купона - **body copy**

основной шрифт. Типографский шрифт, которым набран основной текст рекламного объявления, в отличие от выделительных шрифтов заголовка и подзаголовков - **body type**

ответственный исполнитель, отвечающий за планирование и выполнение заказа одного клиента - **account executive;**

нескольких клиентов - **account group head**; в более крупном рекламном агентстве - **account supervisor**

«отмычка». Одно из средств стимулирования сбыта. Сувенир, обычно недорогой, распространяемый представителем службы сбыта (коммивояжером) для привлечения внимания домашней хозяйки, розничного торговца или любого другого покупателя - **door opener**

П

«Паблик рилейшнз». Полноценного эквивалента при переводе с английского языка на любой иностранный нет. Практически во всех случаях термин не переводится; иногда переводится как «организация общественного мнения», «общественные отношения» и т.п. «Паблик рилейшнз» - это любая коммуникация, проводимая главным образом с целью создания престижа и обеспечения благожелательного отношения со стороны всех, от кого зависит успех работы фирмы или организации: собственных служащих, клиентуры, властей, общественности, широких слоев населения - **public relations**

паблисити - популяризация, придание известности. Любая форма коммерчески важной информации о товарах, услугах, идеях или фирме, не оплачиваемая непосредственно заинтересованным в ней лицом. Действия, направленные на привлечение внимания публики; одно из главных орудий «паблик рилейшнз» для обеспечения редакционного освещения в разделах новостей или информации газет и журналов, а также в передачах новостей по радио и телевидению. Материал (статьи, сообщения или пресс-релиза о товаре или фирме), передаваемый бесплатно средствам массовой информации для опубликования по их усмотрению; готовится в форме редакционного, а не рекламного материала. Отличается от рекламы в собственном смысле тем, что не производится непосредственная покупка времени или места для публикации сообщений о товаре или фирме, хотя косвенная плата может иметь место в самых различных формах - **publicity**

переключение потребителя с одного бренда на другой - **brand switching**

писчая бумага, наиболее часто используемая в деловой переписке - **bond paper**

плакат в наружной рекламе - средство рекламы, отпечатанное типографским способом на больших листах бумаги и наклеиваемое на постоянные щиты или панели; в рекламе на транспорте - рекламные плакаты, размещаемые снаружи средств

общественного транспорта; лист бумаги или картона с рекламным изображением, предназначенный для вывешивания или расклейки в общественных местах, на специальных афишных панелях и тумбах - **poster**

план-график публикации рекламных объявлений в нескольких однотипных журналах для оказания максимального воздействия на рекламную аудиторию - **vertical buy**

план комплексного использования различных средств распространения рекламы для проведения рекламной кампании (1); содержание рекламной кампании. Выделение ассигнований на проведение входящих в нее мероприятий (2) - **media mix**

планшет из пластика, ткани или бумаги, подвешиваемый в витринах, на стенах или в проходах торгового помещения и несущий рекламные сообщения - **banner**

пластиковая упаковка для товара. Используется вместо коробки, ящика и других контейнеров - **blister pack**

подбор элементов (компонентов) плана мероприятий по стимулированию сбыта - **promotional mix**

побочный, второстепенный. В рекламе этим термином обозначаются заказы рекламодателя, выполнение которых не приносит рекламному агентству комиссионного вознаграждения - **collateral**

побуждение, побудительное мероприятие. Любая премия, предлагаемая за выполнение определенного заранее задания (обычно связанная с работой со сбытовой службой или дилерами). Кроме того, так обозначается общее понятие «премия», одно из средств стимулирования сбыта - **incentive**

повторение одной и той же темы с рекламных объявлений или сохранение одного и того же аргумента в пользу покупки, обеспечивающее единство рекламной темы или коммерческого мотива в течение необходимого времени - **continuity**

подписчики, оставленные в списках, после того как период их подписки истек - **arrears**

покупатель рекламного места. В рекламном агентстве - служащий, оказывающий содействие в планировании рекламных кампаний в прессе и покупающий рекламное место в печатных изданиях и у специализированных агентств по размещению объявлений наружной рекламы и рекламы на транспорте - **space buyer**

покупка рекламного места. Приобретение права на опубликование рекламного объявления в конкретном, средстве распространения рекламы, например, в периодическом издании и в

программе, а также в виде рекламного щита (панели) - **buying space**

покупка услуг, средств распространения рекламы; выбор наиболее предпочтительных средств распространения рекламы для проведения данной рекламной кампании - **media buying**

поля, белая кромка между краем изображения на рекламном щите или рекламном плакате и его внешней рамой - **blanking area**

пользующиеся спросом у рекламодателей время и место - **premium rates; position charge**

подтверждение станции (сети) вещания о принятии сообщения для трансляции в обусловленное время - **affidavit**

по постоянному расписанию. Радио- или телевизионная программа, передаваемая не менее пяти раз в неделю в одно и то же время - **across the board**

последовательность в рекламе, сохранение единого рекламного стиля. Продолжительное проведение рекламных выступлений, в частности, повторение основной темы, макета или формата, неоднократное использование одних и тех же средств распространения рекламы - **continuity in advertising**

пресс-релиз. Готовая информация о новом товаре или другом важном для фирмы событии, распространяемая среди органов печати для возможного опубликования - **press release**

привлекательность рекламы, способность ее привлечь внимание аудитории - **appeal of advertising**

привязанность к марке товара-. Степень привязанности потребителя к определенной марке, оцениваемая на основе данных о продолжительности или регулярности ее покупки - **brand loyalty**

примыкающие периоды времени. Эфирное время, непосредственно предшествующее или следующее сразу же за конкретным временем вещания или конкретной программой - **adjacencies**

пробный рынок. Рынок ограниченного масштаба, на котором производятся пробные выступления рекламного или маркетингового характера для определения степени эффективности новых идей, изучения реакции на новые товары и т.п. - **test market**

программа обучения (персонала дилера; собственных служащих отдела сбыта и т.п.); подготовка кадров рекламных работников - **training program**

промоушен - содействие продаже; сбыту, создание для

него благоприятных условий, стимулирование сбыта, продвижение товара. Один из видов деятельности, составляющих маркетинг. Непосредственное стимулирование сбыта тесно переплетается с рекламной деятельностью. В любой реальной ситуации разделить чисто рекламные функции и функции стимулирования сбыта затруднительно, что привело к появлению специального термина «реклама и стимулирование сбыта» - **promotion**

прямая продажа; прямой сбыт. Продажа товара или услуги производителем (поставщиком) непосредственному потребителю без посредничества оптового, розничного торговца или других торговых посредников - **direct sales**

публикация рекламных объявлений в печатных справочниках, например, в телефонных, промышленных или адресных - **directory advertising**

P

радио- или телевизионная передача с участием студийной аудитории - **audience participation show**

раздача информационных писем, листовок, призов участникам зрительским аудиториям - **give-away**

разделение основного рынка на отдельные субрынки для их последующей индивидуальной проработки - **market segmentation**

размер комиссионного вознаграждения – **rate of commission**

разрешение на публикацию рекламного объявления, выдаваемое рекламодателем средству распространения рекламы - **release**

распределение расходов на рекламу по средствам коммуникации (распространения рекламы), показывающее их относительную предпочтительность среди рекламодателей - **media breakdown**

распределение деятельности агентства по различным средствам распространения рекламы - **billings breakdown**

распределение рекламной аудитории. В вещании - доля, приходящаяся на каждую из станций вещания - **audience breakdown**

распространение купонов или чеков, дающих право на получение рекламируемого товара бесплатно или со скидкой - **coupon offer; couponing**

расширяемая структура опроса. (О товарах, увеличение объема рекламы или активизация личной продажи которых при-

водит к росту общего спроса) - **expansible demand pattern**

рекламная закладка книгу - book mark

реклама и стимулирование сбыта - advertising and (sales) promotion

реклама в адрес деловых предприятий - advertising to business

реклама на месте продажи - inside-the-store advertising

реклама посылочных операций. Реклама, рассчитанная на непосредственное получение заказов перспективных покупателей по почте. Рекламное сообщение этого рода может распространяться с помощью любого средства распространения рекламы - **mail order advertising**

реклама, рассчитанная на профессионалов (в отличие от рекламы, рассчитанной на потребителей). Широкое понятие, охватывающее четыре специфических категории рекламной деятельности - **vocational advertising**

реклама с помощью распространения мелких рекламных сувениров - **novelty advertising**

реклама с помощью средств массовой информации и других методов платного распространения информации, приносящая рекламному агентству комиссию (обычно 15%) - **above- the-line advertising**

рекламирование фирмы или организации. Реклама, направленная в первую очередь на создание положительного образа рекламодателя, благожелательного отношения или престижа, а не стимулирования немедленной покупки предлагаемых им товаров или услуг - **institutional advertising**

рекламный и демонстрационный материал (каталоги, проспекты, альбомы, действующие модели, материалы витринных экспозиций, рекламные щиты, планшеты и т.п.) - **advertising and display material**

рекламная кампания. Комплекс рекламных мероприятий, проводимых рекламодателем или обслуживающим его агентством в одном .или в нескольких средствах распространения рекламы в течение определенного промежутка времени - **advertising campaign**

рекламная передача. Финансируемая рекламодателем программа, приносящая доход транслирующим станциям на основе затрачиваемого на нее эфирного времени; в противоположность программе, оплачиваемой самой станцией или сетью - **commercial program**

рекламное время внутри или в интервалах между передачами, которое предлагается рекламодателям для покупки - **availability, «avails»**

рекламные письма, письма-напоминания потенциальным покупателям - **follow up letter; follow ups**

рекламный материал большого формата (на одном листе), обычно рассылаемый как почтовое отправление, не требующее конверта. Наиболее часто используется в прямой почтовой рекламе в сфере торговли - **broadside, broadsheet**

рекламный плакат на средстве транспорта - **dash sign**

рекламный проспект - **dodger**

рекламное сообщение по радио или телевидению; рекламная передача - **commercial**

рекламное сообщение, написанное красками на стене здания - **wall sign**

рекламное сообщение, обращение, рекламный призыв - **advertising message**

рекламные справочники. Справочники по рекламодателям общенационального значения или рекламным агентствам, публикуемые в большинстве зарубежных стран ежегодно - **advertising registers**

рекламный текст, рассчитанный на немедленную покупку рекламируемого товара - **direct action copy**

рекламные объявления на передней внешней части средств общественного транспорта - **headlight display**

рекламные объявления (планшеты), размещаемые внутри средств общественного транспорта - **inside transit advertisement**

рекламное объявление, сообщение. Информация, подготовленная для размещения в средствах распространения рекламы - **advertisement**

рекламодатель. Клиент рекламного агентства или фирма (организация), непосредственно размещающая свои платные рекламные сообщения в средствах распространения рекламы. Различаются рекламодатели потребительских товаров, рекламодатели товаров промышленного и профессионального назначения, рекламодатели локальные, региональные и общенациональные, а также рекламодатели, ведущие рекламу своего предприятия или фирмы - **advertiser**

розничная торговля **retail trade; retailing**

розничное торговое предприятие - **retail enterprise; retailer**

розничные торговые предприятия, покупающие продукцию промышленной фирмы - **retail customers**

рынок, место представления и реализации товара - **market**

С

себестоимость, меняющаяся в зависимости от объема производства - **variable costs**

сеть рекламных агентств. Небольшая группа рекламных агентств (10-30), заключивших соглашение о взаимной помощи. Для них характерно отсутствие конкурентной борьбы за получение заказов, совместные выступления, обмен информацией - **advertising agency network**

сделка, выгодные условия приобретения. Предложение премий или скидок с цены товара. Одно из средств стимулирования сбыта - **deal**

сигнальный экземпляр - **advance copy**

скидка за количество. Скидка с обычных (общих) тарифных ставок, предоставляемая средствами распространения рекламы рекламодателям, покупающим обусловленное количество времени или места в течение данного периода времени - **quantity discount**

скидка по итогам года - **annual rebate**

скидка при покупке товара в значительном количестве. Например, при покупке дюжины единиц товара еще одна единица передается покупателю бесплатно - **dozens offer**

скрытое предложение, замаскированное предложение. Предложение выслать брошюру или образец, скрытое в тексте и предназначенное для проверки читаемости и эффективности рекламного объявления - **buried offer, hidden offer, blind offer**

служащий редакции издания, занимающийся продажей рекламного места - **advertising solisitor**

служащий фирмы или организации, на которого возложена общая ответственность за рекламу, включая составление смет расходов на рекламу и контроль за их выполнением - **advertising director**

смещение. Искажения, могущие возникнуть в процессе сбора, анализа или истолкования исследовательских данных - **bias**

совместное коммерческое предприятие - **joint venture**

совместное финансирование. Совместная пропорцио-

нально-долевая оплата двумя или более рекламодателями общей для них программы по радио или телевидению, а также другого рекламного мероприятия - **cosponsoring, co-sponsoring**

создание рекламной аудитории за определенный период времени, в течение которого постоянно использовалось одно или несколько средств распространения, рекламы - **audience accumulation**

состав рекламной аудитории. Удельный вес различных демографических категорий, таких, как пол, возраст, размер дохода в рекламной аудитории, подвергаемой воздействию рекламного сообщения, средства распространения рекламы или целой рекламной кампании - **audience composition**

составитель рекламных объявлений - **advertisement originator**

специально разыскиваемые товары (вид потребительских товаров) - **specialty goods**

список специальных терминов, используемых в какой-либо отрасли, с комментариями - **glossary**

способ компенсации, при котором продавец (агент по продаже, сбыту) получает определенный процент от объема сбыта, что составляет часть или весь его доход - **commission**

справочник; ежегодник, одной из разновидностей которого является каталог - **directory**

спрос на сопутствующие товары - **related demand**

средний показатель популярности, В вещательной рекламе - число домохозяйств, смотрящих или слушающих конкретную программу в расчете на минуту в среднем - **average audience rating**

средняя частота воздействия на рекламную аудиторию, достигаемая благодаря использованию различных средств распространения рекламы - **average frequency**

средняя читательская аудитория номера издания. Число лиц (обычно не моложе 18 лет), которые без колебаний заявили, что они читали или просматривали обследуемые номера издания - **average issue audience**

средства распространения рекламы. Термин, применяемый для обозначения всей совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации, таких, как печать, радио, телевидение, наружная реклама, реклама на транспорте - **media**

стенд на выставке - **booth**

степень осведомленности потребителя об определенной марке товара - **brand consciousness**

степень представительности выборки в исследованиях рынка или рекламных исследованиях - **validity (of sample in market research)**

стимулирование сбыта; продвижение товара. В самом широком смысле (понимании) представляет собой все виды деятельности, непосредственно связанные с предоставлением информации (в том числе и способной оказать воздействие) о характеристике товара или услуги и степени их соответствия осознанным запросам потребителя. В этом понимании средствами стимулирования сбыта должны считаться все виды коммуникаций маркетинга - **sales promotion**

стоимость запроса. Стоимость получения одного запроса о рекламируемом товаре или услуге в результате опубликования рекламного объявления, серии объявлений или проведения целой рекламной кампании - **cost per inquiry**

структура (или профиль) рынка. Характеристика потенциальных потребителей или анализ в разрезе возраста, пола, дохода, собственности и других показателей, группы лиц, которая образует рынок товара или услуги - **market profile**

Т

творческая функция рекламного агентства. Обычно подразделяется на составление рекламных текстов и выполнение художественных работ, включая фотографирование - **creativity**

текучесть рекламной аудитории. Степень изменений в составе рекламной аудитории за данный период времени - **audience turnover**

товарная марка. Наименование, термин, символ, знак или дизайн, а также их комбинации, выступающие средством идентификации сорта товара или конкретного вида услуги одного продавца или группы продавцов, которые дают возможность выделить товары этих продавцов из массы аналогичных товаров и услуг, предлагаемых конкурентами - **brand**

товарная этикетка простейшего типа, прикрепляемая к товару и несущая изображение торговой марки и/или товарной марки производителя - **brand label**

товары первой необходимости, вид потребительских товаров - **convenience foods**

товары, покупка которых заранее не планировалась, а была совершена на месте под влиянием вида товара или сообщения о нем - **impulse goods; point-of-purchase goods**

У

увеличение. Репродуцирование иллюстраций в увеличенном масштабе. В рекламе - увеличение рекламного объявления до размеров, позволяющих использовать его как рекламный плакат или рекламный планшет - **blow up**

уникальное свойство товара, выделяющее его из остальной массы родственных товаров - **unique selling point**

упаковка товара, используемая, когда освободится, для другой цели. Обычно она представляет собой бесплатный сувенир, но иногда ее стоимость включается в цену товара - **container premium; premium packs**

участники коллективного решения о закупке. Конкретные лица, имена, функции или должности которых известны, влияющие на решение вопроса о покупке товара или услуги. Несмотря на то, что заказ на покупку подписывается одним лицом, на принятие решения о покупке того или иного товара влияют многие специалисты различного профиля - **buying influences**

Ф

фаза рекламной деятельности, когда потребители еще не признали достоинства рекламируемого товара - **pioneering stage**

философия потребительства - consumerism

фирма, перепродающая оборудование и материалы промышленным компаниям, называемая также оптовиком или дистрибьютором - **jobber**

Ц

центральное расположение заголовка - **center heading**

Ч

число лиц, прочитавших рекламное объявление - **advertisement readership**

Ш

шифровка (кодирование) рекламных объявлений. Включение в текст объявления условной цифры или буквы для того чтобы, получив запрос, можно было бы установить его первоисточник - **keying an advertisement**

Щ

щиты и панно вдоль транспортных магистралей - **facing**

Э

экземпляры ранее вышедших номеров периодического издания - **back copies**

РАЗДЕЛ 3. СПИСОК ОСНОВНЫХ СОКРАЩЕНИЙ

Сокращение	Расшифровка	Перевод
A/C, AC, ac, C/A, ca	account current	текущий счет
adsd	addressed	адресовано
adse	addressee	адресат, получатель
ad	advertisement	рекламное объявление, множ. число – ads
a.f.	as follows	как указано далее
a.m.	above mentioned	вышеупомянутый
a.m.	ante meridiem	до полудня
Appx	appendix	приложение
asst	assistant	помощник
Attn	attention	вниманию (кого-либо)
B/E	bill of exchange	переводной вексель
bk	book	книга
B/L	bill of lading	коносамент (накладная)
CEO	chief executive officer	исполнительный директор
cf	compare	сравните
Co	company	компания
cont, contr	contract	контракт
Corp., Corpn	corporation	корпорация
Cur	1) currency 2) current	валюта текущий
CV	curriculum vitae	краткая биография
dd	1) dated 2) delivered	датированный доставленный
Dept.	department	1) отдел; 2) министерство
diff	difference	различие
Dir	director	директор
doc, dct	document	документы (множ. число – docs.)
doz., dz	dozen	дюжина
EAON	except as otherwise noted	если не указано иначе
e.g.	exempli gratia	например

Иностранный язык (английский)

enc, encl	enclosed, enclosure	вложенный, прилагаемый, вложение, приложение (к письму и т.п.)
exc, excl.	except, excluding, exception, exclusion	исключая, исключение
expn	expiration	истечение (срока)
fig	figure	1) цифра; 2) рисунок, схема
for	foreign	иностранный
FY	fiscal year	финансовый год
h.a.	hoc anno	в текущем году
hf	half	половина
Hp, H.P., h.p., H/P	hire purchase	покупка в рассрочку
id	idem	тот же
i.e., ie	id est	то есть
incl	including	включая
inv.	invoice	счет-фактура
IOU	I owe you	долговая расписка
iss.	issued	выпущенный (в обращение)
La.	letter of advice	авизо, извещение
L/A	letter of authority	доверенность
L.C., L/C	letter of credit	аккредитив
Ld, Ltd.	limited	с ограниченной ответственностью
LOC	letter of commitment	гарантийное письмо
mdse	merchandise	товары
memo	memorandum	записка
mkt	market	рынок
M/P	mail payment	почтовый перевод
M.T.	mail transfer	почтовый перевод
MV	merchant (motor) vessel	торговое (моторное) судно
N/A	not applicable	неприменимо (напр., пункт в анкете)
NB	nota bene	важное замечание
o/l	our letter	(ссылаясь на) наше письмо
PA, P/A, P.A.	1) personal assistant	личный секретарь
	2) power of attorney	доверенность

Иностранный язык (английский)

p.a.	per annum	в год
par., para	paragraph	абзац, параграф, пункт
Plc, PLC	public limited company	открытая акционерная компания с ограниченной ответственностью
PO	post office	почтовое отделение
p.p.	pages	страницы
pp, p.p.	per pro	от имени и по поручению
R&D	research and development	научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР)
rct, rept	receipt	расписка, квитанция
re	regarding	относительно
rcf.	reference	ссылка
S.S.	same size	воспроизвести рекламное объявление в масштабе 1:1 к оригиналу
shipt	shipment	отгрузка, отправка
sig.	signature	подпись
urgt	urgent	срочный
v., vs, vers.	versus	против
VAT, V.A.T.	value-added tax	НДС
V.I.P	very important person	особо важное лицо
vol	volume	объем
v.s.	vide supra (лат.)	см. выше
w/o	without	без
&	and	и (союз)
@	at	(коммерческое)
#	number	номер