

Балашова, Е. В. Библиотечная реклама: традиции и современные направления : учеб.-метод. пособие / Е. В. Балашова. – Москва : Литера, 2013. - 192 с.

Данное учебное пособие, предназначенное для студентов высших учебных заведений библиотечно-информационного профиля, предлагает теоретические материалы для освоения курса «Библиотечная реклама».

Пособие - попытка системного подхода к библиотечной рекламе в ее традиционном прочтении и с учетом новых информационных технологий, применяемых в библиотечно-информационной деятельности.

Предложенное учебное пособие, аккумулируя в себе расширенный ряд учебных и научных публикаций по рассматриваемой проблеме, позволит с достаточной полнотой изучить различные аспекты библиотечной рекламы и окажет реальную помощь в освоении теоретических знаний и практических умений специалисту библиотечно-информационного профиля.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	5
Раздел I. ПОНЯТИЕ, ЗАДАЧИ И ОБЩЕФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ	9
Глава 1. Секреты рекламы	9
1. Введение.....	9
2. Психологические основы рекламы.....	15
Глава 2. Средства рекламы	26
1. Классификация средств рекламы.....	26
2. Текст.....	31
3. Шрифт.....	39
4. Цвет, свет.....	42
5. Изображение и звук.....	49
Раздел II. БИБЛИОТЕЧНАЯ РЕКЛАМА. ОБЩЕЕ ПОНЯТИЕ, КЛАССИФИКАЦИЯ И СРЕДСТВА РЕКЛАМЫ	55
Глава 3. Библиотечная реклама: понятие и классификация	55
1. Введение.....	55
2. Классификация основных средств библиотечной рекламы.....	61
Глава 4. Выставки	63
1. Книжные выставки.....	63
2. Нетрадиционные формы книжных выставок.....	70
3. Виртуальные выставки.....	76
Глава 5. Печатные рекламные издания	82
1. Общие сведения о печатной рекламе.....	82
2. Плакаты.....	84
3. Проспекты, памятки, буклеты, путеводители, закладки, листовки.....	92
Глава 6. Реклама в прессе	96
1. Реклама в газетах и журналах.....	97
2. Пресс-релиз.....	100
3. Требования к рекламе в прессе	102
Глава 7. Наружная реклама	104
Глава 8. Кино-, радио -, телереклама	109
1. Кинореклама.....	109
2. Радиореклама.....	110
3. Телевизионная реклама.....	115
Глава 9. Устная реклама	119
1. Особенности устной рекламы.....	119
2. Традиционные устные формы библиотечной рекламы.....	120

3. Нетрадиционные формы устной библиотечной рекламы.....	131
4. Сценарно-режиссерские технологии в библиотеке	139
Глава 10. Паблик рилейшнз и организационная культура библиотеки.....	149
1. Понятие «паблик рилейшнз» и его задачи в библиотеках.....	149
2. Организационная культура и фирменный стиль...	151
Глава 11. Библиотечная реклама с помощью новых информационных технологий.....	155
Заключение.....	169
Список литературы.....	175
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	181