


78.3
Б20

с/10

Е. В. БАЛАШОВА



**БИБЛИОТЕЧНАЯ
РЕКЛАМА:**
традиции
и современные
направления

78.3
Б20

**Обязательный
экземпляр**

СЕРИЯ Современная библиотека

Пособие обсуждено и рекомендовано к публикации
кафедрой менеджмента информационных ресурсов
и социальной работы АГАКИ
(протокол заседания № 3 от 2.11.12)

Е.В. БАЛАШОВА

БИБЛИОТЕЧНАЯ РЕКЛАМА: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

Учебно-методическое пособие

МОСКВА 2013

**Томская областная
библиотека им. А.С. Пушкина**
Инв. № *15-53*

СЕРИЯ «Современная библиотека»

УДК 659.1:023

ББК 78.349.3

Б20

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Борисова О.О.

Вохрышева М.Г.

Зиновьева Н.Б.

Клюев В.К.

Пилко И.С.

Соколов А.В.

Сулова И.М.

Фокеев В.А.

Балашова Е.В.

Б20 Библиотечная реклама: традиции и современные направления: учеб.-метод. пособие / Е.В. Балашова. – М.: Литера, 2013. – 192 с.

ISBN 978-5-91670-097-8

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.

УДК 659.1:023

ББК 78.349.3

© Е.В. Балашова, 2013

© Информационный центр

сотрудничества «Литера», 2013

ISBN 978-5-91670-097-8

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