

## КРАТКИЙ ГЛОССАРИЙ ИНОСТРАННЫХ ТЕРМИНОВ

*Антропофиле* – маленькая заметка, статья в газете, обычно не имеющая заголовка и подписи. В рекламе применяется для передачи информации о новом товаре, фирме, выставке и т. д.

*Антропоморфизм рекламный* – представление товара, при котором ему придаются человеческие черты.

*Арбитрон* – получение данных о популярности телевизионных программ с помощью установленных в домашних телевизорах электронных устройств; название американской компании, занимающейся этой деятельностью.

*Арт-директор* – художник-декоратор; художественный директор.

*Аутдоор* – наружная реклама.

*Аутсорсинг* – передача непрофильных, но необходимых для основного бизнеса функций профессиональному поставщику. В рекламе и маркетинге аутсорсинговыми являются, например, фирмы, специализирующиеся на формировании клиентской базы данных.

*Аффидавит* – документированное уведомление радио- или телестанцией рекламодателя о времени выхода в эфир рекламы, программы.

*Аффинити (индекс)* – показывает насколько в аудитории печатного издания, радио-, телепрограммы процент представителей целевой аудитории выше или ниже, чем среди всего населения.

*Баинговое агентство* – агентство-посредник между СМИ и рекламными агентствами, рекламодателями, специализирующееся на покупке рекламного времени и места.

*Байер* – покупатель.

*Басорама* – рекламная панель (часто с подсветкой), устанавливаемая на крыше транспортных средств.

*Беби бумер* – реклама, идущая на фоне «сладкой» жизни.

*Бекграунд* – фон.

*Биллборд* – рекламный щит, размещенный, как правило, на специальных опорах, стационарно установленных на земле. Однако он может быть прикреплен к стене или забору.

*Биллинг* – оборот средств рекламного агентства; счет рекламодателю от рекламного агентства.

*Бинго кард* – рекламные листовки, рассылаемые в подписных изданиях.

*Битиэл (BTL)-реклама* – нестандартная форма рекламирования, специализирующаяся на организации мероприятий стимулирования сбыта.

*Бликфанг* – предмет, привлекающий внимание в месте продажи, в витрине, на выставке и т. д.

*Блинкинг* – вариант размещения рекламы в определенные дни с расчетом на то, что именно в эти дни целевая аудитория смотрит телевидение или слушает радио.

*Блэк-аут* – радиореклама, построенная в виде оригинальной сценки, чаще всего с использованием диалога.

*Бокс* – обведенная часть рекламного текста.

*Брандмауэр* – рекламное полотно (рекламное изображение, нанесенное красками) на глухой стене здания.

*Бренд* – товарный знак, знак обслуживания (торговая марка), идея, человек, общественная или политическая организация, являющиеся предметом продвижения.

*Брендинг* – маркетинговая, общественная или политическая технология, цели которой – создание имиджа товарному знаку, знаку обслуживания (торговой марке), идее, человеку,

общественной или политической организации, а также информирование об их ценностях, которые привлекают целевую аудиторию и вызывают у нее положительные эмоции.

*Бренд-менеджмент* – руководство маркетинговой компанией по продвижению продукта/продуктов одного товарного знака или услуги/услуг одного знака обслуживания (бренда).

*Бренд девелопмент (индекс) (BDI)* – индекс потребительского спроса, исчисляемый посредством деления числа проданных товаров в данной местности на общее число людей, проживающих в ней.

*Бриф* – задание на разработку рекламной кампании, рекламного послания. Включает задачи и цели рекламы, данные о целевой аудитории, УТП, смысл основного сообщения, обязательные элементы, которые должны присутствовать в рекламе (например, товарный знак), характеристики товарного знака (бренда), ассоциации, которые должны вызывать визуальные, вербальные, музыкальные элементы рекламы и т. д.

*Бродсайд* – складывающийся рекламный плакат, выставляемый в витрине магазина или рассылаемый по почте.

*Булл-марк* – рекламное издание, выполненное в виде закладки, вкладываемой издательством в книгу, журнал.

*Воблерс* – качающаяся подвеска, прикрепленная, например, к полке в месте продажи.

*Дедлайн* – последний срок представления рукописи, сценария, макета, кадрового плана...

*Демоскопия* – изучение общественного мнения посредством анкетирования.

*Джиарпи (GRP, Cross Rating Points)* – суммарный рейтинг. Например, сумма значений рейтингов всех показов рекламного телеролика за определенный период.

*Джингл* – рекламная песня, оригинальная музыкальная фраза в радио- или телеролике.

*Джумби* – рекламная конструкция, имеющая форму и дизайн рекламируемого товара. Используется, как правило, в местах продаж.

*Директ маркетинг* – организация продаж без посредников по принципу продавец-покупатель.

*Директ мейл* – прямая почтовая реклама.

*Директ сейлз* – прямая торговля посредством доставки товаров по домам или фирмам без посредников.

*Дисконт* – скидка.

*Драйв тайм* – время, проводимое ежедневно за рулем по дороге на работу и домой.

*Жалон* – конструкция, несущая рекламу в месте продажи.

*Зэпинг (зеппинг)* – переключение телеканалов с помощью пульта дистанционного управления телевизором, избегающим просмотра рекламных блоков.

*Инсайдер* – лицо, имеющее конфиденциальную информацию в силу своего служебного положения.

*Инсайт* – озарение; внезапное, мгновенно возникающее и не выводимое из прошлого опыта новое понимание, постижение существенных отношений, задач, проблем и структуры ситуации в целом, посредством которых достигается осмысленное решение проблемы.

*Кастинг* – предварительный отбор.

*Катаутс (вырезанная фигура)* – дополнение неправильной формы, прикрепленное сверху, снизу или сбоку к стандартной наружной рекламе.

*Каук* – рекламная лента, размещенная вверху газетной полосы.

*Классифайдное издание* – рекламно-справочное издание.

*Клаттер* – перегруженность рекламой; малоэффективное распространение рекламы.

*Клаттер тест* – предварительное тестирование рекламы посредством показа ее вместе с другими рекламами для определения ее запоминаемости и эффективности.

*Клипарт* – свободные для использования и распространения рисунки.

*Кобрендинг* – совместное продвижение разных товаров, услуг (товарных знаков, знаков обслуживания) посредством специальных мероприятий, проводимых несколькими фирмами.

*Колор стрип* – точное воспроизведение в журнальной рекламе оттенков губной помады, теней для глаз, тонального крема и т. д.

*Консюмеризм (консьюмеризм)* – движение в защиту интересов потребителей.

*Консюмер промоуин (консьюмер промоуин)* – продвижение товара на рынке при участии потребителей, призывающее попробовать, а затем купить товар, стать приверженцем этого товара.

*Копирайтер* – текстовик, автор рекламных текстов, заголовков, слоганов.

*Кроссмедийные закупки* – размещение рекламы сразу в нескольких входящих в единый блок СМИ.

*Кросс промоуин* – стимулирование сбыта товара посредством его размещения совместно с сопутствующими товарами.

*Лайв экин* – создание телерекламы посредством съемки людей в повседневной жизни.

*Лайтбокс (лайт-бокс)* – стенд с подсветкой изнутри (световой короб) в местах продажи и на опорах уличного освещения.

*Лейаут* – макет, эскиз, компоновка.

*Лейбл* – ярлык, бирка, наклейка, товарная этикетка.

*Локейшн* – место для съемок.

*Мачпринт* – высококачественный цветной пробный оттиск, используемый для подтверждения качества перед печатью издания.

*Медиа (масс-медиа)* – средства массовой информации.

*Медиа-баинг* – закупка времени на радио и телевидении, места в печатных изданиях для последующего размещения рекламы.

*Медиабайер (медиа байер)* – специалист по размещению рекламы в СМИ.

*Медиа микс* – сочетание нескольких средств массовой информации, используемых для размещения рекламы.

*Медиапленнер (медиа пленнер)* – специалист, отвечающий за оптимальный выбор СМИ для размещения рекламы.

*Мейлинг лист* – список лиц с адресами для рассылки директ мейл.

*Месседж* – сообщения, информация, центральная рекламная идея, творческое предложение, концепция рекламы, направляемые рекламодателем рекламопроизводителю (рекламному агентству).

*Микширование* – соединение в записи всех звуковых эффектов для создания окончательного звукового сопровождения в рекламном ролике.

*Миллайн* – соотношение стоимости рекламной строки и тиража газеты, журнала. Рассчитывается умножением стоимости одной строки на 1 миллион и делением на тираж.

*Мобайл* – носитель рекламы, акцентирующий внимание покупателей на конкретном продукте. Располагается в торговых залах в непосредственной близости от рекламируемого товара или под потолком.

*Модератор* – лицо, ведущее дискуссию в фокус-группе.

*Морфинг* – электронная технология, позволяющая преобразовывать изображения одного объекта в изображение другого.

*Мультимедийная презентация* – рекламный ролик, записанный на CD, DVD с информацией о фирме, ее продукции, предоставляемых услугах с добавлением компьютерной анимации, графики, видео, музыки и т. д. Распространяется среди потенциальных потребителей.

*Нарротив* – повествование.

*Нейминг* – процесс выбора названия товара, фирмы.

*Овелайн* – подзаголовок, помещаемый под основным заголовком.

*Он-пэк премиум* – бесплатное приложение к купленному товару в виде дешевого товара, назначение которого – создание хорошего настроения у покупателя и благоприятного мнения о торговой фирме.

*Паблицити* – популяризация, создание широкой известности. Действия, направленные на привлечение внимания публики или определенных слоев населения к фирме, человеку, партии и т. д.

*Пайлот-фильм* – рекламный ролик для представления аудитории зрителей кино- или телефильма. Пайлот-фильм иногда называют «лоцманом».

*Парти-плент* – демонстрация товара на дому во время специально устроенного «приема гостей».

*Персоналити* – личность, известный человек, характерный представитель целевой аудитории.

*Пилларс* – трехсторонняя рекламная тумба с размером граней 1,4 x 3 м и внутренней подсветкой.

*Пич* – презентация товара с одновременной его продажей.

*POS (Point of Sales) материалы* – рекламные материалы, используемые в местах продажи.

*Покет сайд* – карманный формат рекламного издания.

*Постер* – рекламный плакат.

*Постпродакшн* – компоновка телерекламы после окончания съемок и записи звука.

*Прайм-тайм* – пиковое время на телевидении и радио, в которое аудитория зрителей и слушателей максимальна.

*Предпродакшн-митинг* – обсуждение с заказчиком и утверждение им сценария будущего ролика, актерского состава, музыки, реквизита и т. д.

*Препринт* – 1) рекламное издание, распространяемое в качестве вкладыша в газете, журнале; 2) сигнальный экземпляр.

*Пресс-кит (медиа-кит)* – подборка материалов информационного и рекламного характера, предназначенная для раздачи журналистам на пресс-конференциях или отправки в СМИ.

*Пресс-релиз* – короткая (сжатая) информация для возможной публикации в СМИ.

*Призмавижен* – движущаяся и светящаяся изнутри реклама.

*Продакшн хауз* – рекламное агентство, выполняющее весь производственный цикл по созданию рекламы после того, как утверждена общая идея рекламы, созданы текст и иллюстрации.

*Продукт плейсмент (продакт плейсмент)* – использование товара в фильме, телепрограмме, печатной литературе с целью создания впечатления его ценности, исключительности, престижности.

*Промоушн* – продвижение товара на рынок.

*Профит* – прибыль, доход, польза.

*Пулл* – опрос, голосование.

*Райдэ* – дополнительная информация в конце рекламного текста.

*Ревилейшн* – разъясняющая реклама, которая увязывает тризер (см. *тризер*) с определенным товаром, товарным знаком, объясняет и создает между ними связь.

*Рич* – 1) число людей, видевших или слышавших рекламное объявление хотя бы один раз за определенный отрезок времени; 2) зона радио- или телеобслуживания.

*Роллер* – наружная рекламная конструкция с ротацией рекламных изображений.

*Ротафиши* – стационарные и освещенные изнутри рекламные конструкции любой формы (шары, кубы, параллелепипеды и др.).

*Саунд трек* – звуковая дорожка.

*Свич-селлинг* – обмен товара конкурента на рекламируемый товар; переключение потребителя на другой товар.

*Сейл* – продажа, торговая сделка.

*Сейлзмикс* – ассортимент.

*Сейлз премиум* – бесплатное приложение к купленному товару (см. также *он-пэк премиум*).

*Сейлз промоушн* – стимулирование сбыта посредством скидок, премий, бесплатной доставки, установки, увеличения гарантийного срока, мер поощрения посредникам, продавцам и т. д.

*Селебрити* – приглашение популярных людей, звезд для участия в рекламе; популярный человек, звезда – герой рекламы.

*Селлер* – продавец.

*Селлинг* – продажа.

*Семплинг* – бесплатное распространение образцов товара среди целевой аудитории для опробования и стимулирования последующего спроса.

*Сендвич-мен* – человек-реклама, «живая реклама».

*Синдицированные исследования* – исследования, результаты которых полностью или частично продаются разным клиентам.

*Сипити (CPT, Cost per thousand)* – показатель стоимости рекламы на тысячу читателей, зрителей, слушателей.

*Ситиборд* – наружная реклама размером 3,7 x 2,7 м.

*Сити-формат* – наружная реклама размером 1,2 x 1,8 м, размещаемая на остановках общественного транспорта и отдельных конструкциях на пешеходной части улиц.

*Скайборд* – наружная реклама, размещаемая на крышах зданий.

*Слоган* – легко запоминающийся заголовок, лозунг, девиз, рекламирующий товар, фирму, политическую организацию, политического лидера и т. д.

*Софт селлинг* – ненавязчивая торговля, «мягкая продажа», основой которой является имидж товара, товарного знака, созданный рекламой с учетом эмоционального воздействия на целевую аудиторию.

*Спам* – онлайн-рекламные сообщения, рассылаемые без согласия получателя.

*Спонсоринг* – инвестирование средств в специальные мероприятия с целью собственной рекламы.

*Спот* – короткая рекламная вставка или рекламный ролик в радио- или телеэфире.

*Стикер* – наклейка (например, в салонах транспортных средств) с рекламным текстом, этикетка, ярлык.

*Сток мьюзик* – готовая записанная музыка, которая может быть приобретена для использования в радио- и телерекламе.

*Стори борд* – кадроплан, раскадровка, последовательное расположение кадров (выполненных в виде рисунков) будущего рекламного ролика.

*Стриппинг* – полосная трансляция, транслирование передачи, рекламы ежедневно в постоянное время.

*Суперсайт* – наружная реклама размером 15 x 5 м.

*Тайм слот* – интервал в телепередаче.

*Таргет* – цель, задание.

*Таргетинг* – выбор целевой аудитории, территории.

*Тег лайн* – заключительная фраза рекламного объявления.

*Тестимонал* – 1) подтверждение качества рекламируемого товара потребителями (часто знаменитостями). Потребитель утверждает, что он попробовал товар (или постоянно его потребляет) и товар ему нравится; 2) рекомендация, характеристика.

*Тиарпи (TRP, Target Rating Points)* – суммарный рейтинг (для целевой аудитории).

*Тизер* – «приманка», интригующее рекламное сообщение, предвестник будущей рекламной кампании. Тизер, как правило, не раскрывает рекламируемый товар. Его цель – возбуждение интереса и привлечение внимания целевой аудитории к последующей рекламе.

*Тим-билдинг* – процесс создания (построения) единой команды из сотрудников фирмы.

*Тиэйэм (TAM, Television audience measurement)* – измерение телеаудитории конкретной передачи или канала.

*Трафик* – движение, информационный поток.

*Трейд промоуин* – продвижение товара посредством стимулирования сбытовой сети, внедрения программ повышения лояльности продавцов к товару.

*Триггер* – фрагмент рекламного обращения, «захватывающий» внимание целевой аудитории.

*Тритмент* – трактовка, рассмотрение вопроса, режиссерское видение будущего ролика.

*Флайер* – рекламная листовка.

*Флайпостинг* – расклеивание рекламных, политических и др. плакатов в несанкционированных местах.

*Флайтинг* – период рекламной кампании, характеризуемый повышенной активностью; особое расписание показа рекламы.

*FMCG (Fast moving consumer goods)* – товары регулярного потребления.

*Фриквэнси* – частотность, с которой одно и то же лицо или семья принимает определенный информационный канал в определенное время суток.

*Фрилансер* – свободный специалист, работающий по договору.

*Фрипресс* – печатные издания (газеты, журналы), распространяемые бесплатно.

*Фуд-стилист* – специалист по подготовке продуктов питания, приготовленных блюд к фото-, теле- или киносъемке.

*Фулл позишин* – предпочтительное место для рекламы на первой полосе газеты.

*Фулл сервис* – полный цикл услуг.

*Хедлайн* – заголовок, фраза, слова, занимающие главенствующее положение, привлекающие внимание и прочитываемые в первую очередь.

*Шеар* – доля, часть, участие; доля телезрителей (радиослушателей) данного ролика в процентах от общего числа аудитории.

*Шелфстрип* – узкая длинная полоска, на которой размещены реклама, товарный знак, цена. Крепится к полке в торговом зале.

*Шелфстопер* – флажок, на котором размещены реклама, товарный знак, цена. Крепится на полке между товарами.

*Шелфтолкер* – горизонтальный разделитель полок длиной от 15 см и более, на который нанесены реклама, товарный знак, цена. Крепится к полкам в торговом зале.

*Шоу-бокс* – увеличенный муляж продукта.

*Шоуинг* – 1) выставка, демонстрация, зрительный контакт; 2) комплект наружной рекламы одного товара; 3) степень охвата населения избранного пункта или района средствами наружной рекламы.

*Эвент (ивент)* – событие.

*Эвент маркетинг (ивент маркетинг)* – событийный маркетинг. Продвижение товара, фирмы посредством использования специальных мероприятий и акций.

*Эккаунт-менеджер* – рекламный агент, осуществляющий работу по связи рекламного агентства с клиентами.

*Экстендер* – дополнительная часть рекламного поля, выступающая за пределы основной поверхности.