

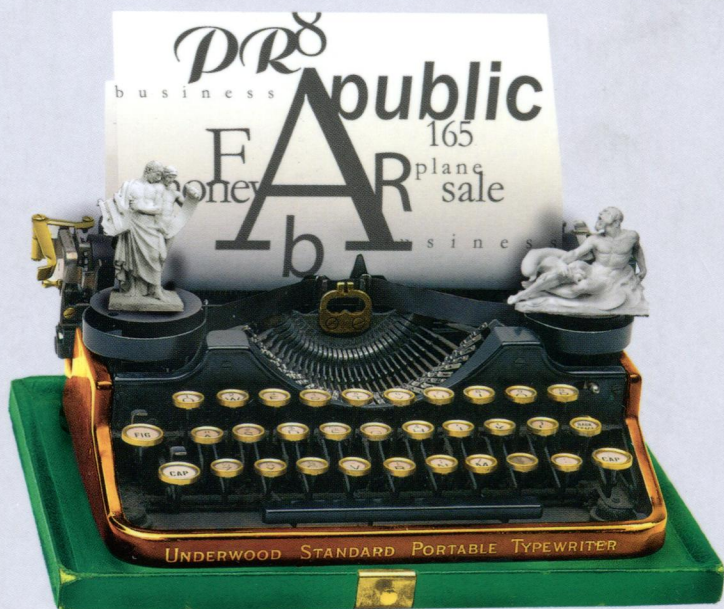
К. А. Иванова

БЕСТСЕЛЛЕР

# КОПИРАЙТИНГ

секреты составления  
рекламных и PR-текстов

3-е издание, обновленное и дополненное



Входит в число самых популярных отечественных изданий по PR

ПИТЕР®

**К. А. Иванова**

# **КОПИРАЙТИНГ**

**секреты составления  
рекламных и PR-текстов**

**3-е издание, обновленное и дополненное**



**Москва · Санкт-Петербург · Нижний Новгород · Воронеж  
Ростов-на-Дону · Екатеринбург · Самара · Новосибирск  
Киев · Харьков · Минск**

**2010**

ББК 65.5-803  
УДК 659.123.4  
И21

**Иванова К. А.**

И21 Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. 3-е изд., обновленное и дополненное. — СПб.: Питер, 2010. — 176 с.: ил. — (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

ISBN 978-5-49807-808-3

В третьем издании бестселлера представлен теоретический и практический материал по технологиям связей с общественностью.

Рекомендуется тем, кто только вступает на путь пиарщика, а также тем, кто уже профессионально занимается связями с общественностью. Предлагаемая книга станет прекрасным помощником в повседневной работе.

Даны описания структуры, форм и алгоритмов составления всех основных видов PR-материалов, создание которых и является обязанностью PR-специалиста.

Третье издание дополнено материалом об Интернете как о мощном и специфичном средстве массовой коммуникации, подробно рассмотрены вопросы медиапланирования, обновлены все примеры и данные. Рекомендуется специалистам по рекламе и PR, маркетологам.

ББК 65.5-803  
УДК 659.123.4

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

ISBN 978-5-49807-808-3

© ООО Издательство «Питер», 2010

# Оглавление

---

Предисловие к третьему изданию.....	5
-------------------------------------	---

## **Раздел 1. Теоретические основы PR-коммуникации**

Глава 1. Коммуникационные основы PR.....	8
Глава 2. Правовые и этические аспекты письменной PR-коммуникации.....	13
Глава 3. Связи с общественностью и средства массовой информации.....	27

## **Раздел 2. Письменная коммуникация в рамках PR-деятельности**

Глава 1. Принципы создания письменных PR-материалов .....	38
Глава 2. Классификация письменных PR-материалов .....	41
Глава 3. Контролируемые организацией PR-материалы для внешней аудитории.....	43
Глава 4. Контролируемые организацией PR-материалы, предназначенные для внутренней аудитории .....	74
Глава 5. Не контролируемые организацией PR-материалы, предназначенные для средств массовой коммуникации ....	87

## **Раздел 3. Рекламные тексты**

Глава 1. Творческая платформа и концепция рекламы .....	111
Глава 2. Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы.....	119
Глава 3. Заголовок — основной элемент рекламного текста.....	133
Глава 4. Подзаголовок, подпись к рисунку, слоган, логотип.....	141

---

Глава 5. Основной текст рекламного объявления .....	146
Глава 6. Классификация стилей рекламных текстов и различных подходов, используемых при их создании .....	153
Приложение 1. Кодекс Американской ассоциации по связям с общественностью .....	164
Приложение 2. Афинский кодекс .....	167
Приложение 3. Декларация профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью .....	169
Список литературы .....	172