

Всесоюзный
Центр
Переводов

ТЕТРАДИ НОВЫХ ТЕРМИНОВ

АНГЛО-РУССКИЕ ТЕРМИНЫ ПО
МАРКЕТИНГУ



159

МОСКВА 1990

Государственный комитет СССР
по науке и технике

Академия наук
СССР

ВСЕСОЮЗНЫЙ ЦЕНТР ПЕРЕВОДОВ
НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДОКУМЕНТАЦИИ

В помощь переводчику

ТЕТРАДИ НОВЫХ ТЕРМИНОВ
№ 159
АНГЛО-РУССКИЕ ТЕРМИНЫ ПО МАРКЕТИНГУ

С о с т а в и т е л ь
И.В. Новаш

Москва 1990

УДК 802.0-323.2=82:380.12(038)

Ответственный редактор

И.И. УБИН

С О Д Е Р Ж А Н И Е

| | стр |
|---|-----|
| От составителя | 3 |
| Английские термины и русские эквива- ленты | 4 |
| Сокращения | 83 |
| Указатель русских терминов | 86 |

За два-три последних года слово "маркетинг" прочно вошло в наш лексикон. Расширение внешнеэкономических связей страны, предоставление предприятиям права самостоятельно выходить на мировой рынок, развитие таких форм международного экономического сотрудничества, как создание совместных предприятий - все это требует от современного хозяйственного руководителя и предпринимателя глубоких, основательных знаний о мировом бизнесе, его структуре и принципах. Важнейшим звеном бизнеса является маркетинг, который вслед за Американской ассоциацией маркетинга можно определить как "процесс планирования и воплощения в жизнь разработки, установления цены, рекламы и дистрибуции /распределения/ идей, товаров и услуг в целях организации обмена, удовлетворяющего потребности отдельных членов общества и организаций" /См. Business: Second Edition, Boston, 1988, стр. 317/. В соответствии с формулой маркетинга - товар, цена, дистрибуция, реклама - в предлагаемом вашему вниманию словнике представлены англо-русские термины, относящиеся ко всем четырем "составляющим". Так, вы найдете здесь и характеристики товара и различных товарных классов, и термины из области ценообразования, структуры дистрибуции и рекламы. Кроме того, существенную часть маркетинговой деятельности составляют маркетинговые исследования, поэтому сюда включены и соответствующие этой области термины.

Следует особо отметить, что в последние десятилетия английский язык /причем в его американском варианте/ прочно занял место ведущего средства международного делового общения, и в частности, маркетинговая терминология, разработанная в США, принята в настоящее время в большинстве развитых стран мира. В работе над настоящим пособием автор использовал последние руководства и толковые словари по бизнесу и маркетингу, изданные в США, а также такие ведущие американские специализированные периодические издания, как "Business Week", "Adweek's Marketing Week" и "Fortune".

Все замечания и предложения по содержанию и оформлению выпуска следует направлять по адресу: 117218, Москва, В-218, ул. Кржижановского, 14, корп.1 Всесоюзный центр переводов.

А

1. AA rating
среднестатистический зрительский рейтинг: процент семей по всей стране, смотревших среднестатистическую минуту конкретной телепередачи
см. Average Audience Rating
2. abnormal Maqoo
нетипичная реакция аудитории пробного показа телепрограммы на специальный мультипликационный ролик с "мистером Магу" - в отличие от "normal Maqoo"
см. также "Mister Maqoo"
3. above the line
крупная творческая фигура, участвующая в создании кинофильма или телевизионного рекламного ролика /автор сценария, режиссер, продюсер, ведущий актер/
см. также key talent
4. account
заказчик, клиент рекламного агентства
5. account management
руководство службой исполнения заказов, руководство рабочими группами клиентов / в рекламном агентстве/
6. account manager
руководитель рабочей группы клиента /в рекламном агентстве/
7. across the board
регулярная ежедневная телепередача, появляющаяся по одной и той же программе в одно и то же время
см. также strip show
8. action devices,
pl
рекламные изделия и приемы, используемые для получения ответной покупательской реакции /в прямой почтовой рекламе/
9. action picture
изображение /товара/ в действии
10. acquisition
budget
денежные средства, которыми располагает фирма для привлечения покупателей посредством прямой почтовой рекламы и рекламы в средствах массовой информации; рекламный бюджет фирмы
11. ad
рекламное объявление /сокр. от advertisement/
см. также advertisement
12. ad agency
рекламное агентство
см. advertising agency
13. Ad Alley
одно из названий Мэдисон-авеню, улицы в центре Нью-Йорка, на которой сосредоточено большое

число рекламных агентств;
синоним рекламного бизнеса
вообще

см. также Madison Avenue

14. addressing company
фирма-поставщик адресных
списков /для прямой почто-
вой рекламы/

см. также list company

15. adjacencies, pl
соседствующие на прилав-
ках товарные категории
/в розничной торговле/

16. ad maker
автор рекламных объяв-
лений

17. ad makeup
компоновка рекламного
объявления

18. administered verti-
cal marketing
system

система распределения, в
которой координация ка-
налов распределения дости-
гается не за счет их еди-
ного владельца, а благода-
ря усилиям фирмы-лидера
на рынке

19. advance advertise-
ment
анонс, предварительное
рекламное объявление

20. adversary ad-
vertising
противодействующая реклама

21. adverse publicity
антиреклама

22. advertised price
цена на товар, объявляемая
в рекламе

23. advertisement
рекламное объявление
см. ad

24. advertisement
file
картотека образцов рек-
ламных объявлений

25. advertiser
рекламодатель

26. advertising
реклама, рекламирование
/оплачиваемое рекламо-
дателем, рекламирование
в средствах массовой ин-
формации товаров, услуг
или идей/
см. также promotion

27. advertising
account
рекламодатель, клиент
рекламного агентства

28. advertising
agency
рекламное агентство
см. ad agency

29. advertising
allowance
скидка на рекламу /для
покрытия расходов по
проведению рекламы/

30. advertising
appeal
рекламная концепция

31. advertising
audience
аудитория, на которую
рассчитана реклама; рек-
ламная аудитория

32. advertising
awareness
осведомленность о рекла-
ме

33. advertising claim
рекламное утверждение

34. advertising code
кодекс рекламы

35. advertising copy
текст рекламного объявления /в печатной рекламе/
см. также copy

36. advertising decision
принятие решения о рекламной кампании

37. advertising department
отдел рекламы /на фирме-рекламодателе/

38. advertisement dummy
макет рекламного объявления

39. advertising effect
эффект рекламы, рекламное воздействие

40. advertising expenditure
затраты на рекламу

41. advertising expert
специалист по рекламе, рекламист

42. advertising exposure
рекламный контакт

43. advertising exposure potential
потенциал рекламных контактов

44. advertising field
сфера рекламы

45. advertising solder
рекламный проспект

46. advertising image
рекламный образ

47. advertising industry
рекламное дело

48. advertising leverage
давление на общественное мнение, оказываемое рекламой

49. advertising management
управление рекламой /на фирме-рекламодателе/

50. advertising media
средства рекламы; носители рекламы

51. advertising panel
рекламный щит

52. advertising people
специалисты рекламы

53. advertising performance
действенность рекламы

54. advertising personality
рекламное "лицо"

55. Advertising Research Foundation
Фонд рекламных исследований /некоммерческое объединение рекламодателей, рекламных агентств и университетов США, имеющее целью всемерное поощрение исследований эффективности рекламы/

56. advertising revenues, pl
доход от рекламы

57. advertising spiral
процесс рекламирования
нового товара; "реклам-
ная спираль"

58. advertising theme
основная рекламная идея
объявления, обычно вы-
раженная броской запомина-
ющейся фразой

59. advertology
наука о рекламе, рекла-
моведение

60. advertorial
1/ рекламная вклейка то-
го же формата, что стра-
ница печатного издания,
в котором она помещается.
Ее текст должен со-
ответствовать тематике
издания /с обязательной
пометкой "рекламное объ-
явление вверху каждой
страницы/; 2/ рекламное
объявление по актуальной
проблеме общественной
жизни, впервые введенное
в рекламную практику
американской фирмой Mobil
/от "advertisement" -
рекламное объявление +
"editorial" - передо-
вица/

61. advocacy adverti-
sement
объявление идейно-пропа-
гандистской рекламной
кампании

62. advocacy adver-
tising

идейно-пропагандистская
реклама

63. aftermarket
1/ массовый рынок /потре-
бительских сделок купли-
продажи/; 2/ продажа зап-
частей и обеспечение тех-
обслуживания бытовых
электроприборов и авто-
мобилей после продажи

64. agate line
строка "агат", расчетная
строка /в печатной рек-
ламе - столбец высотой
1/4 дюйма/

65. agency network
сеть агентств

66. aggregation
агрегация рынка / совме-
щение всех сегментов
рынка в единое целое и
разработка товара и стра-
тегии маркетинга исходя
из этого целого/

67. AIDA model
формула рекламы "внима-
ние-интерес-желание-
действие" /англ. atten-
tion-interest-desire-
action/

68. AIDMA model
формула рекламы "внима-
ние-интерес-желание-мо-
тив-действие" /англ. at-
tention-interest-desire-
motiv-action/

69. air-able
подходящий для трансля-
ции по телевидению или
радио, не слишком затя-
нутый и т.п. /о мате-
риале/

70. all-you-can-afford method
выделение максимально возможных денежных средств на рекламную кампанию

71. allowance
скидка с цены /обычно предоставляемая оптовыми торговцами розничным/

72. alphameric
буквенно-цифровой /о коде товара/
см. также alphanumeric

73. alphanumeric
буквенно-цифровой
см. alphameric

74. alternate broadcasts, pl
чередующиеся, попеременно финансируемые радио- и телепередачи

75. alternate media
нетрадиционные средства рекламы /напр., передача рекламных объявлений в самолетах, лифтах, паузах в телефонных разговорах/

76. alternative media
альтернативные средства массовой информации, радиостанции и печатные издания, принадлежащие к так называемой контр-культуре

77. anchor
"якорь", большой известный магазин в торговом центре

78. anticipated fulfillment response time

время, в течение которого фирма выполнит свои обязательства перед покупателем /напр., погасит купон или вышлет рекламный приз/ /в программах стимулирования сбыта/

79. anticipatory groups, pl
группы потребителей, к которым хотели бы принадлежать конкретные покупатели

80. apparel business
индустрия готового платья

81. art
художественное оформление рекламного объявления; иллюстрация

82. art department
отдел художественного оформления /в рекламном агентстве/

83. article
товар

84. artwork
1/ художественное оформление рекламного объявления, рисунок; 2/ мультипликационная заготовка; 3/ заготовка или оригинал титра

85. as it falls
метод распределения общенациональной рекламной кампании по различным средствам рекламы в соответствии с результатами опытного маркетинга, проведенного на местном рынке

86. associated
узнавший торговую марку
товара /о потребителе/

87. association
advertising
коллективная, совмест-
ная реклама

89. atmospherics
"лицо" фирмы, включая ее
продукцию, фирменный
стиль, штабквартиру и
персонал /впечатление,
которое все это произ-
водит на потребителя/

90. attitude measu-
rement
исследование и оценка
отношения потребителя
к чему-либо

91. audilog
"аудилог" /зрительский
дневник, в котором чле-
ны зрительской выборки
фиксируют сведения обо
всех просмотренных про-
граммах/

92. audimeter
"аудиметр" /электронное
устройство для поминутной
регистрации на пленке
информации обо всех
включениях телевизора и
его переключениях с про-
граммы на программу/

93. audit bureau
бюро по контролю за тира-
жами

94. audience flow
динамика движения /теку-
честь/ аудитории

95. audience impact
ударное воздействие на
аудиторию

96. audience measure-
ment
статистическая оценка
аудитории; замер аудито-
рии

97. Audience Surveys
Ine
известная компания по
исследованию зрительских
реакций на телепрограммы
/США/
см. ASI

98. automaker
автомобильная компания

99. automatic
groups, pl
группы потребителей по
формальному признаку
/возраст, местожительст-
во, пол и т.п./

100. automotive
market
рынок автопринадлежнос-
тей

101. Average Audience
Rating
среднестатистический
зрительский рейтинг
см. AA Rating

102. average dis-
posable income
средний доход после уп-
латы налогов

103. average house-
hold income
средний доход семьи

В

1. baby billboard
мини-щиты для рекламы,
такие как автомобильные
рекламные планшеты

2. baby boomers
демографическая группа
людей, родившихся в пос-
левоенное десятилетие,
во время "бума рождае-
мости" и представляющая
широкий рынок для потре-
бительских товаров в си-
лу своей достаточно вы-
сокой обеспеченности
см. boomers

3. baby busters, pl
поколение, родившееся
после бума рождаемости,
с середины 60-х годов
/демографическая группа/

4. back end
действия фирмы после
получения заказа от кли-
ента /в прямом маркетин-
ге/

5. back file
1/ подборка печатных ма-
териалов за предшествующий
период /рекламный архив/;
2/ комплект предшествую-
щих номеров периодичес-
кого издания

6. back office
1/ вспомогательная кон-
тора фирмы для обработ-
ки информации и обслу-
живания автоматизирован-
ных систем управления
производством и сбытом,
расположенная обычно в

отдельном /менее престиж-
ном, чем штаб-квартира
фирмы - здании/; деятель-
ность этой конторы

7. back-order
оформление заказа для
посылочной торговли в
два этапа /из-за отсут-
ствия некоторых единиц
заказа у фирмы-постав-
щика/

8. background
display
рекламный задник /витри-
ны/

9. backend perfor-
mance
поведение покупателя,
находящегося в продолжи-
тельном контакте с фир-
мой-поставщиком /напр.,
члена книжного клуба,
который ежемесячно по-
лучает новое издание, ко-
торое он может либо ос-
тавить себе, оплатив
его стоимость, либо вер-
нуть обратно/

10. backlist
постоянный ассортимент
товаров, пользующихся
спросом независимо от
времени года и текущей
моды

11. bait and switch
рекламная уловка с "ус-
кользающей приманкой",
когда покупателя зама-
нивают в магазин обеща-
нием особой скидки на
непредставленный на са-
мом деле в магазине то-

вар в надежде на то, что он все равно что-то приобретет

12. bait and wait
рекламный прием /в телевизионной рекламе/, основанный на том, что для поддержания внимания зрителей рекламируемый товар не называется почти до самого конца рекламного ролика

13. bangtail
"хвостик" /рекламное объявление о каком-то товаре на обороте конверта, в котором посылаются покупателям счета из магазина/

14. bank gift
товарный приз, который банк выдает каждому новому вкладчику

15. banner
1/ заголовков на всю ширину печатной полосы, "шапка"; 2/ транспарант

16. bar code
универсальный товарный /штриховой/ код см. также Universal Product Code, UPC

17. bar-code label
этикетка с универсальным товарным кодом

18. bargain company
торговая фирма, предлагающая покупателям недорогой товар

19. basic appeal
основная ударная мотивировка /в рекламе/

20. basic buying motive
основополагающий покупательский мотив

21. basic cable
"основной кабель" /программа кабельного телевидения для абонентов, платящих по минимальному тарифу/

22. basic selling idea
основная коммерческая идея

23. B-B advertising
реклама для предпринимателей см. business advertising, business-to-business advertising

24. B-B yellow pages
справочник для рекламодателей на сферу предпринимателей /впервые выпустила фирма Nupex в 1985 г. в США/

25. beautician
косметолог, работник косметического салона

26. beauty aids
косметические товары см. beauty products

27. beauty products
косметические товары см. beauty aids

28. bell cow
"флагман"; товар фирмы, лидирующий на рынке

29. below the line
легко заменяемая фигура участвующая в создании

кинофильма или телевизионного рекламного ролика; технический персонал /осветитель, гример и т.п./

30. belt
/в США/ географический пояс, зона

31. benefit segmentation
способ сегментирования рынка, когда за основной критерий берется расчетная полезность товара или его свойства; сегментация рынка по "качествам товара"

32. better business bureau
бюро содействия по улучшению деловой практики

33. bi-weekly
издание, выходящее раз в две недели

34. Big Blue
"Синий гигант", прозвище компании IBM

35. big-event marketing strategy
стратегия маркетинга, построенная на увязке рекламной кампании с крупным событием в культурной и общественной жизни

36. big name brand
известная марка

37. Big six
"Большая шестерка" /европейские автомобильные фирмы, производящие ма-

лолитражки: Ford, Europe, Fiat, Volkswagen, Peugeot, Opel, Renault/

38. Big Three
"Большая тройка" 1/ см. также "Detroit Troika" /американские автогиганты, расположенные в Детройте, штат Иллинойс: General Motors, Ford, Chrysler/; 2/ крупнейшие американские магазины розничной торговли: Sears, K mart, J.C. Penney

39. big ticket item
дорогостоящий товар

40. bill
/о товаре/ представлять как ...

41. bill enclosure
рекламная вкладка, посылаемая вместе со счетом за покупку /в прямой почтовой рекламе/

42. billings, pl
оборот по счетам /рекламного агентства/

43. bingo card
рекламная открытка, прилагаемая к журналу, по ней читатель может заказать литературу или пробный образец товара, реклама которого помещена в издании

44. "bird"
"птичка" /разговорное название спутниковой связи/

45. birdability
редакционный материал,
обладающий достаточной
информационной ценностью
для передачи его по сис-
теме спутниковой связи

46. Black Belt
"черный пояс" /южные райо-
ны США с преобладанием
негритянского населения/

47. Black Rock
"Черная скала", прозви-
ще компании СВС /здание
штаб-квартиры компании
в Нью-Йорке построено
из черного гранита/

48. blanket coverage
одновременный охват всей
территории рынка

49. bleed poster
плакат, напечатанный
"под обрез"

50. blow-in
вклейка /рекламный вкла-
дыш, который вклеен или
подшит в печатное изда-
ние/
см. также stitch-in

51. blowout
невероятно высокий спрос
на какое-либо изделие
/в розничной торговле/

52. body copy
основной текст реклам-
ного объявления

53. book-card
книжка-открытка /исполь-
зуется как рекламный
сувенир в программах по
стимулированию сбыта/

54. boom-bust pat-
tern /of sales/
неровная картина сбыта
/пики чередуются с рез-
ким понижением/

55. boomers
демографическая группа
людей, родившихся в пос-
левоенное десятилетие
см. baby boomers

56. borderline cus-
tomer
"пограничный" покупатель
/т.е. неустойчивый кли-
ент/

57. borax
товары низкого качества
в претенциозной упаковке
/"Borax" - фирменное
название дешевого сти-
рального порошка/

58. borrowed interest
spot
рекламный телевизионный
ролик, снятый по прин-
ципу "заимствованного
интереса", т.е. таким
образом, что его сюжет-
ная линия кажется не от-
носящейся к рекламируе-
мому товару

59. bounceback offer
торговое предложение,
предполагающее повторную
покупку с предоставляе-
мой этим предложением
скидкой /напр., купон на
приобретение со скидкой
очередной единицы това-
ра/

60. boutique
небольшое рекламное
агентство, оказывающее
услуги преимущественно
творческого характера,
"рекламное ателье мод"
61. brainstorming
"мозговой штурм", способ
решения деловой задачи
совместными усилиями
специалистов в разных
областях
62. brand
товарная марка; марочный
товар
63. brand advertising
expenditure
затраты на рекламу марки
/марочного товара/
64. brand awareness
осведомленность о марке
или марочном товаре
65. brand-conscious
/о потребителе/ стремя-
щийся к приобретению
марочного товара
66. brand equity
ценность марочного това-
ра /в глазах потребителя/
67. brand-extension
/branding/
присвоение фирмой ново-
му товару уже существую-
щей марки
см. также franchise ex-
tension
68. brand history
"биография" товарной
марки

69. brand image
образ марки /образ, за-
крепившийся за маркой в
сознании потребителя/
70. brand image
campaign
рекламная кампания по
созданию образа марки
71. brand imageist
приверженец теории обра-
за марки
72. branding
присвоение товару марки,
товарного знака, а также
торгового названия
73. brand-loyal
/о покупателе/ привер-
женный марке
74. brand loyalty
устойчивая привержен-
ность /потребителя/ мар-
ке
75. brand manager
управляющий по товарной
марке /несет полную от-
ветственность за стра-
тегию рекламирования и
маркетинга определенной
марки/
76. brand mark
символ марки /те элемен-
ты марки, которые нельзя
произнести - рисунок,
изобразительная символи-
ка/
77. brand name
название товарной марки,
а также сам марочный то-
вар /та часть товарной
марки, которую можно
произнести, т.е. слова,
буквы и цифры/

78. brand personality
индивидуальность /"лицо"/
марки

79. brand preference
/покупательское/ пред-
почтение к марке

80. brand product
марочный товар

81. brand recognition
узнаваемость марки,
признание марки

82. brand switching
поведение покупателей,
характеризующееся посто-
янной сменой приобретае-
мых марок товара

83. break
"запускать" /рекламный
ролик и т.п./

84. breakdown
approach
способ определения по-
тенциала сбыта компании
на основе общего эконо-
мического прогноза для
данной сферы деловой
активности

85. break-even
point
"критическая точка" /ко-
личество единиц товара
подлежащих реализации
для компенсации затрат
по их производству и
продаже/

86. breakout
телевизионная программа
или персонаж, имеющий
значительный успех у
аудитории

87. bribe
"взятка" /предлагаемая
покупателю сделка в слу-
чае, если он станет под-
писчиком какого-либо из-
дания или членом клуба,
напр., бесплатная грам-
пластинка при вступлении
в клуб любителей грамза-
писи/

88. broad business
philosophy
философия маркетинга
см. также marketing
concept

89. broadcast adver-
tisement
объявление радио- или
телевещательной рекламы

90. broadcast ban
запрет на передачу рек-
ламы какого-либо товара
по радио и телевидению
/напр., табачных изде-
лий/

91. broadcast distri-
bution
распространение веща-
тельных программ

92. broadcast in-
dustry
сфера средств теле- и
радиовещания

93. broadsheet
крупноформатная листовка
см. также broadside

94. broadside
крупноформатная листовка
см. broadsheet

95. brown goods, pl
/разг./ "деревяшки",
т.е. мебель /в розничной
торговле/

96. bubble
раздувание цен /главным образом на потребительские товары широкого спроса/

97. bucktag
адресная наклейка на рекламном отправлении /в прямой почтовой рекламе/

98. budget
с дешевыми товарами /обычно о магазине/

99. budget conscious
стремящийся к экономии /о покупателе/
см. также value-conscious

100. budget engineer
бухгалтер-контролер исполнения сметы

101. build a brand
успешно создать и продавать на рынке новую марку

102. build-up approach
способ определения потенциала сбыта компании на основе подсчета объема закупки товара средним покупателем и умножении этой цифры на число потенциальных покупателей

103. built-in product advantage
присущее товару преимущество /перед аналогичными товарами других марок/

104. bulk goods, pl
массовые немаркированные и несортные товары

105. bulk mail
объемные одинаковые рекламные отправления, рассылаемые по разным адресам /в прямой почтовой рекламе/

106. bulldog
"бульдог" /первый выпуск утренней газеты, который появляется обычно еще поздно вечером предыдущего дня/

107. bulletin /bulletin board/
доска объявлений

108. bumpers, pl
музыкальное оформление рекламных роликов

109. bundle
"связка" /в розничной торговле - требование комплектной продажи какого-либо товара/

110. buried offer
скрытое коммерческое предложение
см. также hidden offer

111. bus-o-rama
рекламная панель с подсветкой, устанавливаемая на крыше автобуса

112. business advertising
реклама для предпринимателей
см. В-В advertising

113. business building plan
программа расширения деятельности предприятия

114. business development company
компания, оказывающая консультационные маркетинговые услуги

115. business gift
сувенир от фирмы потенциальному клиенту

116. business goods, pl
товары для специалистов

117. business list
отраслевой список

118. business magazine
деловой /отраслевой/ журнал

119. business market
рынок специализированных товаров

120. business mix
структурные компоненты деловой активности

121. business plan
план деловой активности /представляется вновь образовавшейся фирмой потенциальным кредиторам и вкладчикам и включает программу производства, маркетинга, финансов и кадровой политики/

122. business-to-business advertising
реклама для предпринимателей
см. В-В advertising

123. buy direct
совершать прямую закупку /без посредников/

124. buyer profile
характеристики покупательской группы

125. buying behaviour
покупательское поведение

126. buying center
"центр закупок" /группа ответственных лиц предприятия или организации, отвечающих за совершение операций по закупке товара/

127. buying guide
руководство по закупкам

128. buying habit
покупательская привычка

129. buying information
информация о покупках

130. buying potential
покупательский потенциал

131. buyout
покупка одной фирмы другой

132. buy the business
осуществлять выход на новый рынок с ценами более низкими, чем существующие на нем, чтобы обойти конкурентов и привлечь покупателей /в розничной торговле/

С

1. cable /cable TV/
кабельное телевидение

2. call report
отчетный документ о деятельности торгового работника и ответной реакции покупателей на эту деятельность

3. Cambell's Soup Position
размещение рекламы на первой правой странице, непосредственно следующей за основными редакционными материалами, "выгодное размещение" /компания по производству концентратов супов "Cambell Soup Co" часто пользуется именно таким размещением рекламных объявлений/

4. cannibalize
проводить политику маркетинга, когда одна и та же фирма специально выпускает на рынок новую марку товара в той же товарной категории, в которой у нее уже есть зарекомендовавший себя на рынке товар, тем самым уменьшая спрос на него в пользу нового товара. /обычно приводит к росту прибыли компании/

5. canvassing
1/ определение общественного мнения путем опроса; 2/ сбор заказов

6. captive audience
специально подобранная рекламная аудитория

7. car card
рекламный планшет, уста-

навливаемый на транспортных средствах /внутри или снаружи/

8. carry a product
продавать, иметь в наличии товар /в магазине/

9. case study
"история болезни" /изучение предшествующего опыта решения рекламных задач в рекламных исследованиях/

10. cash and carry
warehouse
магазин-склад, торгующий за наличный расчет /предоставляет свои услуги оптовым покупателям, таким как поставщики, владельцы небольших магазинов розничной торговли и т.п./

11. cash buyer
покупатель за наличный расчет

12. cash cow
"дойная корова" /товар, приносящий большие прибыли и не требующий особых затрат на рекламу/

13. cash discount
скидка с цены, предоставляемая покупателю, расплачивающемуся наличными

14. cash refund
денежное вознаграждение /наличными, за покупку /в отличие от coupon refund, где в качестве вознаграждения выступает купон, дающий право

на скидку при очередной покупке этого или другого товара данной фирмы/

15. catalogue corners,
pl

отделы посылочной торговли различных фирм в универсальном магазине

16. catalogue
retailing

розничная торговля по каталогу /покупатели оформляют заказ письменно, по телефону или лично, а покупка высылается по почте или выдается в магазине/

17. catalogue
showroom

магазин-склад, в котором покупатели покупают товар, выбранный ими по каталогу

18. cataloguer

фирма посылочной торговли, торгующая по каталогам

19. category business

компания, постоянно эксплуатирующая одну и ту же серию изделий, завоевавших популярность на рынке, расширяя и модифицируя ее /напр., производство куклы "Барби" и аксессуаров к ней/

20. cause-and-issue
advertising

реклама, затрагивающая общественные проблемы

21. census inter-
viewer

счетчик переписи населения

22. center-of-influen-
ce method

методика выхода на новую клиентуру, использующая рекомендательные письма влиятельного лица

23. cents-off offer
"центровая скидка" с цены товара /один из приемов стимулирования сбыта/

24. chain-order
margin

доход, который получают от рекламной кампании, проводимой и финансируемой отделом прямого маркетинга, другие отделы этой фирмы

25. channel of
distribution

канал распределения /сеть агентств и других посредников, которые связывают производителя и конечного потребителя/

26. pharmaceuticals,
pl

продукция косметических фирм, производимая на основе научных исследований в области косметологии

27. check-list
вопросник

28. check-out counter
касса у выхода /в розничном магазине/

29. checking out
быстро покидающий полки
магазина, незалеживаю-
щийся /товар/

30. Chief Executive
Officer
главный управляющий, ди-
ректор-распорядитель
фирмы
см. CEO

31. choice location
исключительно выгодное
место размещения /на-
ружной рекламы и т.п./

32. circular
специальная рекламная
брошюра, обычно рассы-
лаемая по почте или вло-
женная в газету или жур-
нал

33. circulation
число проходящих и про-
езжающих мимо какой-либо
рекламы /или другого
объекта/ людей

34. circulation area
район распространения
тиража

35. circulation de-
partment
отдел распространения
рекламы /в рекламном
агентстве/

36. claimed feature
заявляемое свойство то-
вара /в рекламе/

37. classic
традиционный /для кон-
кретного рынка/ товар

38. classified /clas-
sified ads/

рубричная реклама в
печатном издании
см. classified adver-
tisements

39. classified adver-
tisements, pl
рубричная реклама
см. classified

40. clone
имитация товара /обычно
марочного/
см. copy-cat

41. closed-circuit
/о телепрограмме/ огра-
ниченного приема /обыч-
но передающаяся по ка-
бельному телевидению/

42. closed corpora-
tion
"закрытая" фирма /фирма,
акции которой находятся
в руках нескольких вклад-
чиков-директоров и не
продаются на бирже/
см. closely held corpo-
ration

43. closely held
corporation
"закрытая" фирма
см. closed corporation

44. cluster
покупательская группа /оп-
ределяется на основе де-
мографических или пси-
хографических парамет-
ров/

45. clutter
"шум", многочисленные
рекламные объявления,
следующие один за другим
/в телевизионной рекла-
ме/

46. coffin case
"гроб", длинная низкая
морозильная камера-при-
лавок /в розничной тор-
говле продовольственны-
ми товарами/

47. cognitive dis-
sonance
покупательская неудовлет-
воренность товаром /пос-
ле совершения покупки/

48. coined brand name
оригинальное /придуман-
ное/ название торговой
марки /напр., crisco/

49. cold call
прием маркетинга, когда
покупателю сразу же
предлагается какая-то
сделка, без предвари-
тельного "представления"
продукции, "лобовой при-
ем"

50. column inch
дюйм печатного столбца,
расчетная единица рек-
ламного места шириной в
1 столбец и высотой в 1
дюйм

51. combined market
coverage
совмещенный охват рынка
несколькими средствами
рекламы

52. Comecon /Council
for Mutual Eco-
nomic Assistance/
Совет Экономической Вза-
имопомощи, СЭВ

53. commercial
рекламный ролик /на ра-
дио и телевидении/

54. commercial banner
рекламный транспарант

55. commercial
channel
коммерческий канал
/средств вещания/

56. commercial deve-
lopment
1/ разработка новой про-
дукции для продажи на
свободном рынке; 2/ раз-
витие производства в ком-
мерческих целях

57. commercial inter-
ruption
пауза в программе радио-
или телевидения для пе-
редачи рекламного объ-
явления, рекламная пауза

58. commercial list
house
коммерческий поставщик
адресных списков /для
прямой почтовой рекламы/

59. commercial tele-
vision network
сеть коммерческого теле-
видения

60. commercialization
одна из фаз разработки
нового товара, заключаю-
щегося в разработке про-
граммы производства и
маркетинга, а также вы-
деление бюджетных ассиг-
нований на осуществление
этой программы

61. commitment
обязательства покупателя
перед фирмой /в книжном
клубе или т.п./ /напр.,
покупать ежегодно 4 кни-

ги по цене, предложенной фирмой т.е. условия предоставления начальной "взятки"/
см. bribe

62. commodity market
рынок сельскохозяйственной и другой сырьевой продукции /в контракте фиксируется вид продукции, ее качество и объем поставки по договорным ценам и с установленными сроками поставки/

63. commodity group
товарная группа

64. commot-carrier
1/ "извозчик", крупная коммерческая авиакомпания; 2/ банк, предоставляющий неограниченный кредит

65. communications gap
отсутствие взаимопонимания

66. community newspaper
общинная газета

67. community shopping center
общинный торговый центр

68. comparative advertising
реклама, использующая прием сравнения товаров или услуг различных марок

69. company price image
"ценовой" образ фирмы, образ фирмы с точки зрения уровня цен

70. company sales potential
потенциал сбыта фирмы

71. company vision
стратегический замысел облика и деятельности фирмы

72. competition analysis
промышленный шпионаж
см. corporate spying

73. competitive advantage
конкурентное преимущество /способность фирмы производить товар с более низкой себестоимостью/

74. competitive behaviour
конкурентное поведение, отношение конкуренции

75. competitive bid
конкурентная заявка /заявка фирмы-поставщика в ответ на правительственное заявление о предполагаемом заказе/

76. competitive-bidder's list
список фирм, сделавших заявку на выполнение правительственного заказа

77. competitive capacity
конкурентоспособность

78. competitive checks, pl
сдерживающие факторы конкуренции

79. competitive environment
конкурентное окружение
80. competitive impact
заряд конкурентоспособности
81. competitive-parity method
"уравновешивающий конкуренцию" способ определения бюджетных ассигнований фирмы на рекламу, ориентированный на рекламный бюджет фирмы-лидера в данной сфере производства
82. competitive pressure
давление со стороны конкурентов
83. computer-generated form letter
деловое письмо, составленное и распечатанное на компьютере
84. conceptualization
разработка замысла /товара/
85. conglomerate
"конгломерат", крупная корпорация, состоящая из компаний, занимающихся различными сферами деятельности /напр., компания Ай-Ти-Ти-Американ Telephone & Telegraph-имеющая также госграницы и страховые агентства/
86. consumer assentance

- принятие /товара, идеи и т.п./ потребителем
87. consumer advertisement
рекламное объявление на широкого потребителя
88. consumer behaviour
потребительское поведение
89. consumer confidence index
показатель потребительской уверенности /результат ежеквартального исследования, проводимого Мичиганским университетом США, объектом которого является отношение потребителей к экономическому положению в стране, инфляции и т.п., которое сказывается на их покупательском поведении/
90. consumer goods fair
ярмарка товаров широкого потребления
91. consumer goods advertiser
рекламодатель товаров широкого потребления
92. consumer guide
руководство для потребителей
93. consumer information
информация для потребителей

94. consumer interest group
группа защиты интересов потребителей

95. consumerism
1/ консюмеризм, идеология защиты интересов потребителя; 2/ философия потребительства

96. consumer jury
потребительское жюри

97. consumer list
список потребителей

98. consumer marketplace
потребительский рынок, картина потребительского рынка

99. consumer-oriented firm
фирма, продукция или услуги которой рассчитана на широкого потребителя

100. consumer preferences, pl
потребительские предпочтения

101. Consumer Price Index
показатель потребительских цен
см. CPI

102. Consumer Protection Agency
Агентство по защите потребителей /США/

103. consumer psychologist
психолог, специалист по потребительскому поведению

104. consumer-purchase diary
дневник потребительских покупок

105. consumer-research firm
фирма, занимающаяся изучением потребительского спроса

106. consumer respondent
покупатель, откликнувшийся на программу стимулирования сбыта

107. consumer specialty catalogue
специализированный потребительский каталог

108. consuming capacity
потребительская способность

109. consumption curve
кривая потребления

110. container premium
одна из разновидностей прямого вознаграждения, когда приманкой для покупателя служит сама упаковка, пригодная для вторичного использования /напр., красивая банка с джемом или пластиковая канистра для растительного масла/
см. также direct premium

111. continuity series
товарная серия, распространяемая посредством прямого маркетинга /по-

купателю автоматически доставляется очередная партия товара через определенные промежутки времени, напр., по одному тому 20-томной энциклопедии ежемесячно/
см. direct marketing

112. containerization
перевозка товара в специальных контейнерах

113. contract carrier
транспортная фирма, осуществляющая перевозки в ограниченном объеме

114. contractual vertical marketing system
вертикальная система распределения по контракту; система распределения, при которой независимые фирмы заключают соглашение о координации усилий в сфере дистрибуции

115. contribution margin
запас прибыли; величина прибыли, не зависящая от колебания себестоимости товара

116. controlled circulation
/о печатном издании/ с ограниченным тиражом, предназначенный для узкой группы лиц /представляет особый интерес для рекламодателей, т.к. нацелен на конкретную аудиторию/

117. controlled distribution
распространение в контролируемых условиях

118. control side
контрольная группа потребителей, которой предлагается старый, неусовершенствованный товар /или старая форма его рекламирования/

119. controversial advertising
реклама, правомерность которой по тем или иным соображениям представляется сомнительной

120. convenience goods
товары повседневного спроса /табак, мыло, газеты и т.п./

121. convenience-meal
полуфабрикаты /сегмент рынка/

122. convenience merchandise
товары повседневного спроса

123. conversion rate
показатель привлечения покупателей в двухступенчатом маркетинге /т.е. процент людей, совершивших второй шаг после того, как они сделали первый/
см. two-step marketing

124. co-op ads
совместные рекламные объявления общенацио-

нальных рекламодателей и местных розничных торговцев /первые рекламируют, что купить, вторые - где/

125. co-op advertising

совместная реклама производителя и розничного торговца /с соответствующим разделением затрат на рекламу/ /в рекламе на розничную торговлю/ см. cooperative advertising

126. co-op chain

сеть розничных торговцев, совместно закупающих товар у оптовых торговых фирм; "торгово-закупочные кооперативы" см. cooperative chain

127. cooperative advertising

совместная реклама см. co-op advertising

128. cooperative chain

сеть розничных торговцев см. co-op chain

129. cooperative mailing

совместное почтовое отправление рекламной продукции 2-х или более рекламодателей с соответствующим разделением между ними почтовых расходов /в прямой почтовой рекламе/ см. co-op mailing

130. co-op mailing
совместное почтовое отправление

см. cooperative mailing

131. coordinated visual identity
совокупный зрительный образ /товара/

132. copy
текст рекламного объявления
см. advertising copy

133. copy appeal
основная идея рекламного текста

134. copy area
площадь текстовой части рекламного объявления

135. copy-cat
имитация товара
см. clone

136. copy chief
руководитель службы рекламных текстов в рекламном агентстве

137. copy delivery
эффективность рекламного текста

138. copy focus
фокусирование текста /в теории УТП - уникального торгового предложения - американского специалиста рекламы Р. Ривса/

139. copy writing
текстовка, составление текстов рекламных объявлений

140. corner influence
"угловое преимущество",
/выгодное расположение
торгового заведения на
углу/

141. corporate
brochure
рекламный проспект фирмы

142. corporate culture
кредо фирмы, ее "система ценностей"

143. corporate goal
общефирменная цель

144. corporate identity
фирменный стиль /включает
логотип, визитные карточки,
буклеты, фирменную упаковку и рекламу,
т.е. все визуальные компоненты,
составляющие мир фирмы/
см. atmospherics

145. corporate image
образ фирмы в глазах потребителей /т.е. то,
что думает о компании рядовой потребитель,
напр., "J.C. Penney - это для простых американцев"/

146. corporate influence
влияние престижа фирмы

147. corporate licensing
лицензионный маркетинг,
использование популярных фирменных названий для
продажи товаров, с этим названием ранее никак

не связанных /надписи
Coca-Cola на майках или
изображение Мики-Мауса
на телефонных аппаратах/

148. corporate name
фирменное название

149. corporate seminar
деловой семинар по вопросам маркетинга

150. corporate spying
промышленный шпионаж
см. competition analysis

151. corporate vertical marketing system
централизованная система дистрибуции товара, когда всеми каналами дистрибуции владеет одна фирма

152. corrective order
приказ о размещении исправленной рекламы

153. counter display
наприлавочная выкладка /экспозиция товара/

154. countermarketing
контрмаркетинг /усилия производителя, конкурента или общественности, направленные на сокращение спроса на какой-то вид изделий, напр., алкогольные напитки или сигареты/

155. counterprogramming
/в телевидении/ составление программы передач и размещение конкретной

телепрограммы в зависимости от того, что в это время транслируется по каналу конкурирующей станции /т.е. если по одному каналу идет передача для детей, то по другому ставится на это время передача для взрослых/

156. countertrade
бартерная торговля, бартерная сделка

157. country manager
управляющий по стране /в фирме, занимающейся международной деятельностью/

158. coupon
купон /торговый сертификат, дающий его владельцу право на скидку с цены определенного товара или денежное вознаграждение в случае покупки товара/

159. couponing
использование купонов для получения скидки при покупке определенной марки товара

160. coverage
охват аудитории; зона действия /рекламы/

161. coverage
покрытие товаром, соотношение между наличным товаром и заказным товаром /выражается в процентах/ /в розничной торговле/

162. coverage area
территория охвата /рекламным средством/

163. coverage check
проверка полноты охвата аудитории

164. coverage error
ошибка вследствие неполного охвата рекламной аудитории

165. cover girl
фотомодель, обычно появляющаяся на обложке журнала /в печатной рекламе/

166. cowcatcher
"прицеп" /рекламный ролик о каком-либо товаре, демонстрируемый перед началом передачи, в которой фигурирует другой товар того же рекламодателя, так, если компания "Philip Morris" выступает спонсором футбольного матча, то перед началом его трансляции в эфире появляется реклама напитка "7-Up", в то время как в самой трансляции фигурирует реклама другого товара этой же фирмы, пива "Miller Beer". В этом случае реклама "7-Up" является "прицепом"/

167. creative /creative advertising/
творческая сторона рекламы, рекламные идеи

168. creative director
творческий директор /в
рекламном агентстве/

169. creative manage-
ment
руководство творческой
службой /в рекламном
агентстве/

170. creative-only
agency
сугубо творческое реклам-
ное агентство /т.е. аген-
тство, не занимающееся
исследованиями и разме-
щением рекламы/

171. creative people
творческие работники

172. creative review
committee
редакционно-художест-
венный совет /рекламно-
го агентства/

173. credit check
проверка кредитоспособ-
ности

174. critical mass
"критическая масса" /ко-
личество розничных тор-
говых точек или объем
рекламы, необходимый
для привлечения внима-
ния покупателей к товару
на определенном рынке/

175. cross merchan-
dising
смешанная торговля, про-
дажа принципиально раз-
личных товаров в одном
небольшом магазине
/напр., продуктов пита-
ния вместе с книгами/

176. cross-promotion
совместные усилия в об-
ласти рекламы различных
фирм

177. crowded consumer
category
"перегруженный" товарный
класс

178. Cumulative
Audience Ratings
/в радио- и телерекламе/
суммарный зрительский
/слушательский/ рейтинг
/рассчитывается по коли-
честву людей, смотрев-
ших или слушавших опре-
деленный отрывок переда-
чи или рекламного роли-
ка/
см. также CUME u net un-
duplicated audience

179. cumulative
discount
кумулятивная скидка с
цены /предоставляется
покупателю, когда стои-
мость его годовых поку-
пок превышает заданную
цифру/

180. customer environ-
ment
условия эксплуатации то-
вара у потребителя

181. customer follo-
wing
привлечение покупателей

182. customer loyalty
покупательское пост-
агентство

183. customer mix
состав клиентуры

184. customer satisfaction

удовлетворенность приобретенным товаром

185. customer service

обслуживание клиентов

190. custom-made

/о товаре/ сделанный на заказ, индивидуально

187. custom premium

денежное или товарное вознаграждение, которое получает покупатель в случае приобретения определенного товара /в программе мероприятий по стимулированию сбыта/ см. также Premium

D

1. data-base management company

фирма, занимающаяся составлением компьютерной базы данных о потребителях в различных сегментах рынка

2. data plate

фирменная табличка с основными параметрами товара

3. day order

заказ, действительный в течение одних суток

4. day parts, pl

дневные передачи /на радио по телевидению/

5. deadbeat

клиент, оформивший заказ на товар или услугу и не

оплативший их /в прямом маркетинге/

6. dealer

дилер /предприниматель маркетингового звена "дистрибуции", посредник/

7. dealer's brand

марка торгового посредника
см. также private brand, private label

8. deceptive differential

обманчивый дифференциал /в теории УТП - уникального торгового предложения - американского специалиста по рекламе Р. Ривса/

9. decision maker

ответственное лицо фирмы

10. deep bench

/разг./ "крепкая команда" /о руководстве компании, успешно справляющемся со своими обязанностями/

11. delphi technique

/разг./ метод "дельфийского оракула" /составление экономического прогноза фирмы с привлечением сторонних экспертов/

12. delta

изменение, замена /термин менеджмента/

13. demand curve

кривая спроса

14. demarketing
демаркетинг /понижение
покупательского спроса
на дефицитный товар по-
средством повышения цен
или сокращения средств
на его рекламу и обслу-
живание/
15. demo /demonstra-
tion/
демонстрация, наглядный
показ /товара/
16. demographics
демографические показа-
тели, на основе которых
происходит разделение
/сегментация/ рынка /такие
как возраст, пол, семей-
ное положение, образ
жизни, доход и т.п./
17. derived demand
производный спрос /спрос
на товары промышленного
назначения, зависящий от
спроса на соответствующие
потребительские товары/
18. descriptive
brand name
дескриптивное название
товарной марки /напр.,
"Kentucky Fried Chicken" -
"жареная курица по-кен-
тукски"/
19. detailing
детализация /товара/,
подробная информация
об использовании и свой-
ствах товара
20. Detroit Troika
"Большая тройка"
см. Big Three

21. development
marketing
процесс превращения пас-
сивного /потенциально-
го/ спроса в активный
22. differential
brand advantage
отличительное преиму-
щество марки
23. differentiated
merchandise
индивидуализированный
товар
24. diffusion of
innovation
распространение новинки
/процесс освоения ново-
го товара потребителем/
25. direct headline
рекламный заголовок с
прямым обращением
26. direct mail
прямая почтовая реклама
27. direct-mail
advertisement
объявление прямой почто-
вой рекламы
28. direct-mailing
отправление прямой почто-
вой рекламы
29. direct-mail list
адресный список для пря-
мой почтовой рекламы
30. direct-mail
sampling club
фирма, занимающаяся
прямой почтовой рекламой
и рассылающая клиентам
пробные образцы товара

31. direct marketing
прямой маркетинг
см. также direct-response marketing

32. direct premium
прямое вознаграждение
/рекламный приз, вручаемый при покупке на месте продажи/

33. direct-response advertising
реклама посылочной торговли, предполагающая прямой ответ адресата

34. direct-response inquiry
прямой запрос

35. direct-response marketing
прямой маркетинг
см. direct marketing

36. direct sales force
собственный торговый персонал /штат/ фирмы

37. direct-sales representative
коммивояжер

38. direct seller
специалист прямого маркетинга

39. discount store
магазин удешевленных /или недорогих/ товаров

40. diskery
/жарг./ фирма грамзаписи

41. display advertisement
объявление наглядно-иллюстративной рекламы

42. display advertising
/печатная/ наглядная реклама /состоящая из текста и иллюстраций, в отличие от рубричной рекламы, состоящей только из текста/
см. classified

43. do-it-yourself products, pl
/сегмент рынка/ товары для "домашнего мастера", "сделай сам"
см. также DIY

44. display allowance
скидка за экспонирование товара /оборудование витрины, выкладки и т.п./

45. display card
рекламный планшет

46. display crew
бригада оформителей

47. display line
выделительная строка /в печатном рекламном объявлении/

48. distribution center
центр дистрибуции;
склад-база, предназначенный для быстрого распределения товара по торговым точкам, а не для длительного хранения

49. distribution network
сеть распространения

50. distribution pattern
схема распределения

51. distributor
"дистрибьютор" /посредник, по контракту с производителем занимающийся дистрибуцией товара/

52. diversify /into/
вкладывать средства в различные сферы деловой активности, различные производства

53. docudrama
рекламно-информационное сообщение фирмы /о новом товаре и т.п./, подготовленное в форме информационного выпуска /на телевидении/

54. dog
/разг./ неходовой товар

55. donut
/жарг./ "бублик" /рекламный ролик, поставляемый производителем товара на радио или телевидение, в котором оставлена пауза для сообщения адреса местного розничного торговца/

56. door-hanger
рекламное объявление, помещаемое на двери жилого дома или квартиры

57. door-to-door canvassing
поквартирный обход коммивояжером потенциальных покупателей

58. door-to-door sales
/в прямом маркетинге/ торговля на дому, "от двери к двери"

59. double truck
"грузовик с прицепом", рекламное объявление на развороте /в печатной рекламе/

60. drip method
метод маркетинга "по капле", при котором потенциальному покупателю регулярно напоминают о товаре по телефону

61. drop
быть отправленным по почте

62. drop back order
покупка, последовавшая за другой покупкой /с использованием купона, или другого рекламного средства, входившего в нее/

63. drop shipper
небольшой оптовый поставщик /занимается передачей заказов от потребителя на фирму-производитель и поставкой товара с фирмы-производителя заказчикам/

64. dropship
"разбивка" /оптовой партии товара для доставки в розничные магазины/

65. dryage
услуги выставочных комплексов, оказываемые участникам выставок /оформление стендов, хранение товара и т.п./

66. dual-function
/product/
двухцелевого назначения /о товаре/

67. dual ovenable
предназначенные для приготовления как в обычных, так и микроволновых печах /о пищевых продуктах/

Е

1. early fringe
раннее "пограничное" время
см. также fringe time

2. early lead
быстрый выход на первое место среди конкурирующих товаров /о новом товаре/

3. early majority
раннее большинство /люди, воспринимающие новый товар раньше среднего покупателя, но после новаторов и ранних последователей/

4. editorial-advertising mix
сочетание редакционных и рекламных материалов

5. educational toys,
pl
"обучающие" игрушки, игрушки с элементом познавательности

6. effective buying income
фактический покупательный доход /личный доход после уплаты налогов/

7. Effie
эффи /приз, ежегодно присуждаемый Американской ассоциацией маркетинга за лучшую рекламную кампанию/

8. Electronic Data Interchange
система обмена компьютерной информацией см. EDI

9. electronic kiosk
"электронный киоск", компьютерная стойка в магазине /в розничной торговле/

10. electronic media
электронные средства массовой информации / радио, телевидение и видеоманитофоны/

11. employee magazine
фирменное издание для собственных рабочих и служащих

12. end-aisle display
рекламные планшеты, установленные по краям торговых рядов в магазине самообслуживания /выгодное место для "рекламы в месте продажи"/

13. endcap
товарная экспозиция по

краям торговых рядов в розничном магазине

14. endless chain /жарг./ устная реклама см. также word-of-mouth advertising

15. end user конечный потребитель

16. engineering fair техническая машиностроительная ярмарка

17. entrant выступающий на рынке впервые, впервые выходящий на рынок

18. entry новинка на рынке /о товаре/

19. entry form бланк для участия в каком-то рекламном мероприятии /лотерея и т.п./

20. Enviro-Spray System новая технология изготовления негорючих экологически чистых аэрозолей

21. environmentally safe /product/ экологически чистый /товар/ см. envirosafe

22. envirosafe /product/ экологически чистый /товар/ см. environmentally safe /product/

23. escalating re-fund offer

торговое предложение о выплате денежного вознаграждения "по нарастающей", то есть в объеме, увеличивающемся с каждой очередной покупкой товара

24. established product зарекомендовавший себя на рынке товар

25. event management организация специальных мероприятий в общественной жизни для создания привлекательного образа фирмы в глазах потребителей

26. event marketing стратегия маркетинга, опирающаяся на "привязку" рекламной кампании к какому-либо событию в общественной жизни

27. executive gift подарок от фирмы ответственному работнику фирмы-заказчика

28. exhibition goods, pl образцы товаров для выставки, выставочные образцы

29. exit poll опрос зрителей после просмотра кинофильма

30. exclusivity исключительное право /предоставляется телекомпанией рекламодателю и заключается в том,

что его товар единственный из этой товарной категории рекламируется в определенной телепрограмме/

31. exposure
воздействие; контакт со средствами рекламы и самой рекламой

32. exposure opportunity
вероятность рекламного контакта

F

1. fad
фетиш, массовое увеличение чем-либо

2. Fair Trade Acts
Кодекс честной конкуренции /регулировал уровень цен в период "Нового курса" Ф. Рузвельта/

3. family brand
"семейная" марка /когда все или большинство товаров фирмы имеют одно марочное название/

4. family budget inquiry
обследование бюджета семьи

5. fancy fair
благотворительный базар

6. fashion forward
ультрамодная /об одежде/

7. fashion magazine
журнал мод

8. fast-food chain
фирменная сеть закусочных

9. feature mention
упоминание о товаре во внутримagaзинной рекламе

10. field
обрабатывать /напр., ответы анкеты и т.п./
/в исследованиях маркетинга/

11. field procedure
порядок работы с клиентами на местах

12. finger foods
пищевые продукты, которые можно есть руками /сегмент рынка пищевых товаров/

13. finished art
готовое художественное оформление рекламного объявления

14. flagship
"флагман" 1/ первый появившийся магазин в сети розничных магазинов; 2/ первый выпущенный фирмой товар

15. flagship radio station
флагманская радиостанция /обычно какой-то одной спортивной команды и т.п./

16. flankers, pl
побочные товары /в серии однородных товаров/

17. flat year
неудачный для фирмы год /в смысле сбыта товара/

18. flexform advertising
реклама "свободной формы" или реклама "флексоформ"

19. flysheet
рекламная листовка

20. focus group
"фокус-группа", /группа лиц в 8-12 человек, опрашиваемых на конкретную тему/

21. focus-group interview
целевой опрос /проводимый в фокус-группе/

22. folder dummy
макет рекламного проспекта

23. foldout
журнальный разворот на 4 страницы

24. follow-up
второе /или любое последующее/ обращение прямой почтовой рекламы

25. follow-up interview
вторичный или последующий опрос

26. follow-up program
программа последующих мер

27. foodies, pl
/разг./ покупатели с высокими доходами, представляющие рынок сбыта для экзотической продукции /наподобие киви/

28. forgetting rate
"забываемость" товара /насколько быстро потребитель забывает о каком-либо товаре при отсутствии внешнего стимула - в виде рекламы и т.п./

29. formal company
"официальная" компания /фирма, для которой характерен официальный стиль взаимоотношений руководства и сотрудников/

30. Fortune 500
ежегодный список 500 крупнейших промышленных корпораций США, составляемый журналом "Fortune"

31. Four C's
четыре вида самых популярных товаров, продаваемых через торговые автоматы: сигареты, прохладительные напитки, конфеты и кофе

32. franchise
франшиза /право на продажу товара, предоставляемое производителем какой-то торговой фирме, и торговая фирма, получившая такое право/

33. franchisee
фирма, получающая от фирмы-производителя право продажи марочного товара

34. franchise extension

присвоение новому товару уже существующей марки
см. brand extension
branding

35. franchiser
фирма, предоставляющая право продажи своего марочного товара и использования своей товарной марки в рекламных целях другой /торговой/ фирме

36. free gift
подарок от фирмы-производителя потребителю /в рекламных целях/

37. free-in-the-mail premium
денежное вознаграждение за покупку определенного товара, высылаемое бесплатно по почте /в обмен на доказательство покупки товара/
см. proof-of-purchase seal

38. free offer
бесплатный приз, вознаграждение за покупку, представляемое покупателю без какой-либо дополнительной оплаты
см. также self-liquidating offer

39. frequent-buyer program
программа увеличения сбыта, основанная на предоставлении льгот постоянным клиентам
см. также frequent-purchase program

40. frequent-purchase program
программа увеличения сбыта
см. frequent-buyer program

41. "frequent shopper" points, pl
"очки", которые получает покупатель за сделанные в конкретном магазине покупки /определенное количество "очков" дает ему право на получение рекламного приза/ /в программах мероприятий по стимулированию сбыта/

42. fringe time
/на телевидении/ "пограничное" время; время, примыкающее к пиковому, т.е. до или после него
см. также early fringe, late fringe

43. front-end
"передний край" деятельности фирмы, т.е. маркетинг /в противоположность самому производству/

44. frontier selling
маркетинг "завоевателей", т.е. энергичный и агрессивный, стремящийся к завоеванию новых "территорий"

45. full-service agency
агентство с полным циклом услуг /от разработки замысла товара и проведения маркетинговых иссле-

дований до размещения
рекламы в средствах
массовой информации/

46. fulfilment house
отдел фирмы, отвечающий
за выполнение обяза-
тельств перед покупателем
при проведении про-
грамм по стимулированию
сбыта /или самостоятель-
ная фирма, оказывающая
услуги такого рода/

G

1. garment center
швейный район /район в
Нью-Йорке /или другом го-
роде/, где сосредоточен-
но большое количество
предприятий по выпуску
готового платья/
см. garment district

2. garment district
швейный район
см. garment center

3. gatefold adverti-
sement
рекламное объявление,
помещенное на отвороте
обложки журнала

4. general advertiser
рекламодатель на широкую
аудиторию

5. general audience
широкая аудитория, пуб-
лика

6. general-interest
magazine
журнал общего направле-
ния, для широкого чита-
теля
см. также general magazine

7. general magazine
журнал общего направле-
ния
см. general-interest-
magazine

8. general mail-order
firm
фирма посылочной торгов-
ли с широким ассортимен-
том товаров

9. generic product
товар-представитель то-
варного класса

10. generics
немарочные товары

11. get-in
/полиграф./ вгонка
строк или букв за счет
уменьшения междуслов-
ных пробелов, замены
слов более короткими и
т.п.

12. gift division
отдел фирмы, занимаю-
щийся рекламной продук-
цией для программ сти-
мулирования сбыта

13. gift item
сувенирный товар /расп-
ространяемый фирмой-
рекламодателем в качест-
ве рекламы/

14. giftware
подарочные товары

15. giveaway
рекламный приз, сувенир

16. global marketing
"глобальный маркетинг",
маркетинг во всемирном
масштабе без учета на-
циональных особенностей

отдельных стран /в отличии от "international marketing", учитывающего эту специфику/

17. gondola
/разг./ торговый ряд в розничном магазине самообслуживания

18. grading factor
признак сортности

19. Great Yellow
Father
"Большой желтый отец", прозвище компании "Kodak"

20. gross markup
розничная наценка /разница между оптовой и розничной ценой товара/

21. growth industry
бурно развивающаяся отрасль промышленности

22. grumpie /grown-up mature person/
/жарг./ взрослое население

Н

1. hair-care products,
pl
продукты для ухода за волосами

2. hands-on, how-to
seminar
рекламный семинар с демонстрацией товара в действии и обучением его использованию

3. hard goods
"твердые" товары /мебель

и электробытовые приборы/ /в розничной торговле/

4. hard-sell advertising
реклама, откровенно навязывающая свой товар потребителю

5. heavy buyer
постоянный активный покупатель

6. heavy user
потребляющий товар часто и в больших количествах /о потребителе/

7. hidden offer
скрытое коммерческое предложение
см. buried offer

8. high-end
более дорогая часть продукции /о продукции какой-то производственной сферы/

9. high-profile
company
фирма с хорошей репутацией, интенсивно ведущая рекламную кампанию

10. high-traffic
editorial page
часто просматриваемая читателями редакционная полоса

11. higher-risk
customer
клиент "группы риска" /в отношении платежеспособности/

12. historical data
данные о результатах

предшествующих рекламных кампаний и мероприятий по стимулированию сбыта /в планировании рекламной кампании/

13. hit the market
появиться на рынке /о товаре/

14. hit the shelves
появиться на прилавке /о товаре/

15. hold-back
процент от оптовой стоимости автомобиля, выплачиваемый производителем дилеру после его продажи в розничной торговле /одно из средств стимулирования торгового звена/

16. hold to the share
удерживать позиции на рынке /о товаре/

17. home-improvement
хозяйственные товары для дома /обои, краска и т.п./

18. home inventory
инвентаризация домашних запасов /используется в исследованиях рекламы для выявления наиболее популярной марки в какой-либо товарной категории/

19. horizontal merger
слияние двух или более фирм в одной сфере производства, работающих на один рынок; "горизонтальное слияние"

20. hot button
"красная кнопка" /безотказный прием в рекламе, гарантирующая успех тактика маркетинга/

21. house list
адресный список постоянных клиентов фирмы, которым рассылается реклама /в прямой почтовой рекламе/

22. house magazine
фирменный журнал

23. household
/демогр./ домохозяйство; семья как самостоятельная хозяйственная единица

24. household penetration

внедрение в домашнее потребление /измеряется в %/ /о товаре/

25. household using television
активная телесемья, т.е. семья, имеющая телевизор и регулярно смотрящая телепередачи

26. hypermarket
большой торговый комплекс

I

1. identifying feature
отличительный признак /товара/
см. также salient feature

2. identity crisis
кризис "образа" марки

/ситуация, когда "образ марки" перестает работать, т.е. обеспечивать устойчивый сбыт товара/

3. important item
"солидный" товар

4. /be/ in business
/in smth/
/иметь/ большие запасы
к-л товара /в розничной торговле/

5. image marketing
использование знаменитостей для рекламы товара,
"Имидж маркетинг"

6. incentive
рекламная приманка, предлагаемая покупателю бесплатно при приобретении другого, более дорогостоящего товара; торговый приз

7. incentive overlay
дополнительная /к основной/ программе стимулирования сбыта /напр., проведение лотереи в дополнение к программе выплаты денежного вознаграждения за покупку/

8. incentive program
программа конкретных мероприятий по стимулированию сбыта

9. independent store
автономный магазин; осуществляющий свои торговые операции как одна торговая точка /в отличии от chain store/
см. chain store

10. indirect headline
рекламный заголовок с завуалированным обращением

11. industrial advertisement
рекламное объявление на сферу промышленного производства

12. industrial advertiser
рекламодатель на сферу промышленного производства

13. individual advertising
реклама от имени частного лица

14. industrial goods
товары промышленного назначения

15. industrial marketing
продажа на промышленном рынке; "промышленный маркетинг"

16. industrial specialty catalogue
специализированный промышленный каталог

17. information float
время, которое необходимо, чтобы доставить к-л сообщение от отправителя адресату

18. informercial
рекламный ролик, сделанный "под" информационное сообщение
/в теле и радиорекламе/

19. in-house
/о деловых операциях/
внутрифирменные, своими
силами

20. in-pack
внутри упаковки, продавае-
мой вместе с товаром

21. inpack event
привлечение покупателей
посредством "прямого
приза" в упаковке вместе
с товаром /одно из средств
стимулирования сбыта/

22. insert
рекламный вкладыш, вклей-
ка /в печатное издание
или упаковку товара/

23. inserts, pl
одно из средств привле-
чения внимания телезри-
телей, заключающееся в
"оформлении" рекламного
ролика какой-то интерес-
ной информацией /напр.,
мини-викторина, когда
вопрос задается перед
рекламой/, а ответ на
него звучит после нее/

24. inset
рекламный вкладыш или
вклейка /в печатное из-
дание/

25. in-shelf display
рекламный планшет для
размещения на полке в
магазине

26. installed base
пользователи компьюте-
рами, связанные с опре-
деленной фирмой для
дальнейших покупок /про-

граммного обеспечения
или дополнительных уст-
ройств к компьютерам/

27. instant product
prize
приз, вручаемый покупа-
телю на месте покупки

28. instant-win game
моментальная лотерея
/участник тотчас же по-
лучает приз/

29. institutional
campaign
кампания престижной рек-
ламы

30. in-store display
внутримагазинная экспо-
зиция

31. in-store promo-
tion
мероприятия по стимули-
рованию сбыта, проводи-
мые в магазине

32. instruction-reci-
pe booklet
инструкция по эксплуата-
ции кухонного оборудова-
ния, в которой даются
рецепты приготовления
блюда

33. integrated plan
сводный /комплексный/
план

34. interviewer
интервьюер; лицо, прово-
дящее опрос

35. introduction
выведение на рынок

36. investment-free
не требующий капиталовложений /о программе и т.п./

37. investment
introduction
выведение товара на рынок с помощью инвестиций

38. ussue ad
"специальное рекламное сообщение"; обращение в средствах массовой информации, финансируемое к-л фирмой по проблеме, представляющей общественный интерес

39. item
ходовой товар /в розничной торговле/

40. item advertising
реклама конкретного товара

41. item business
специализация на производстве одного вида товара

J

1. jingle
рекламный куплет

2. joint exposition
совместная экспозиция

3. jumbo
"семейная", для большого запаса /о размере упаковки/

K

1. keeper
приз, вознаграждение, которое потенциальный

покупатель имеет право оставить у себя независимо от того, совершит ли он покупку товара /обычно при подписке на что-либо/

2. key customer
основной клиент

3. keystoning
назначение розничной цены путем автоматического удвоения оптовой цены см. также triple keystoning

4. key talent
крупная творческая фигура
см. above the line

5. kidvid
"детское видео" /телепрограммы и видеокассеты, предназначенные для детей/

6. knock off
дешевая копия дорогого фирменного товара /особенно в индустрии готового платья/

L

1. labeling claim
утверждение о качестве товара, содержащееся на этикетке

2. lackluster
неудачный, бледный /о какой-то рекламной кампании/

3. Lady of the House
"домашняя хозяйка" /целевой рынок сбыта для

хозяйственных и косметических товаров

4. laggard
потребитель, воспринимающий новый товар в последнюю очередь

5. large-scale consumer
оптовый потребитель

6. late fringe
позднее "пограничное" время
см. fringe time

7. late majority
запоздалое большинство /люди, выжидающие, пока общественное мнение признает товар достойным приобретения/

8. launch
1. выпуск нового товара на рынок /т.е. его реклама, программа мероприятий по стимулированию сбыта и дистрибуция/;
2. выпускать товар на рынок

9. layout department
рекламно-оформительский цех

10. lead time
время, необходимое для поставки заказа /от поставщика в розничный магазин и т.п./

11. leaflet
тонкая рекламная брошюра

12. legal check
проверка юридической правомерности /законности/ рекламного предложения

13. legs /to have
/разг./ хорошо идти, быстро распродаваться /о товаре/

14. lettershop
"почтовая контора", специальное учреждение /фирма/, занимающееся техническими вопросами пересылки почтовой корреспонденции /в прямой почтовой рекламе/

15. lifestyle
образ жизни /сумма демографических и психографических характеристик различных групп потребителей/

16. lifestyle segmentation
сегментирование рынка на основе демографических и психографических критериев, представляющих в сумме "образ жизни" различных потребительских групп
см. lifestyle

17. light buyer
непостоянный покупатель

18. light user
потребляющий товар нечасто и в небольших количествах /о потребителе/

19. line
товарная серия
см. также product line

20. line extender
новый товар, являющийся модификацией старого

21. line extension
расширение серии родствен-
ных товаров /выпуск
новой разновидности/

22. list
список рассылки, рассы-
лочный список /в прямой
почтовой рекламе/
см. также mail list,
mailing list

23. list broker
"адресный маклер" /по-
средник, предоставляющий
адресные списки одной
фирмы другой фирме/

24. list company
фирма-поставщик адрес-
ных списков
см. addressing company

25. list-compiling
firm
фирма-составитель адрес-
ных списков

26. list rental
предоставление фирмой
своего адресного списка
другой фирме для одно-
кратного использования,
"в аренду"

27. listenership
слушательская аудитория

28. listing fees, pl
плата за рекламные ус-
луги, взимаемая универ-
сами с оптовых торгов-
цев /за услуги по сти-
мулированию сбыта товара
через универсам - рекла-
ма внутри магазина, по-
мещение рекламных объяв-
лений в газете и т.д./

29. Little America
Method
метод определения эффек-
тивности рекламной кам-
пании в общенациональ-
ном масштабе по резуль-
татам ее проведения в
местных условиях /на не-
больших рынках/

30. Little Sisters,
pl
известные массовые жен-
ские журналы в США /"Self",
"Working Mother" "Wor-
king Woman" и "Ms. Sav-
vy"/; "сестрички"

31. living habit
образ жизни

32. load up
"нагрузка"; прием сбыта,
используемый в так на-
зываемых книжных и музы-
кальных клубах, когда
покупателю, приобретаю-
щему две или три книги
или пластинки из серии
автоматически высылаются
остальные выпуски, с
ежемесячным счетом за
них

33. logo
логотип; графический
знак фирмы или органи-
зации

34. long form
телепередача, идущая в
"пиковое время" и для
щаяся более 2-х часов;
"длинный жанр"

35. loose inset
рекламный вкладыш /в
печатное издание/

36. loss leader
товар, специально продаваемый по себестоимости /или ниже ее/ с целью повысить спрос на какие-то другие товары

37. low-pressure advertising
ненавязчивая реклама

38. low-end market
рынок дешевых товаров и услуг

39. luxury-car
дорогой автомобиль

М

1. Macromarketing
макромаркетинг /изучение процессов экономического обмена в экономике в целом/

2. made for
/жарг./ кинофильм, снятый для показа сначала по телевидению

3. made-to-measure
сшитый по меркам, индивидуально /об одежде/

4. Madison Avenue
Мэдисон-авеню
см. Ad Alley

5. magalog /magazine+ catalogue/
журнал-каталог, используемый фирмами посылочной торговли, в который включены рекламные объявления фирм, продукция которых не представлена в каталожной рубрике

6. magnum
стеклянная бутылка емкостью в 2/5 галлона, используемая обычно для разлива вина

7. mailgram
письмо-телеграмма /комбинированное телеграфно-почтовое отправление, передаваемое по телеграфу в ближайшее к адресату почтовое отделение, и затем отправляемое ему по почте сравнительно недорогая услуга/

8. mail list
список рассылки
см. list

9. mailing list
список рассылки
см. list

10. mail order
заказ по почте

11. mail-order advertiser
рекламодатель сферы посылочной торговли

12. mail-order catalogue
каталог посылочной торговли

13. mainstay
постоянно присутствующий, постоянно используемый /напр., marketing mainstay - средство, постоянно используемое в маркетинге/

14. maintained mark-on

постоянная наценка /разница между стоимостью доставляемых в розничный магазин товаров и их розничной ценой/

15. make-good
компенсаторный прокат рекламных роликов, осуществляемый телекомпанией бесплатно как покрытие полностью или частично невыполненных обязательств перед рекламодателем

16. make-or-buy decision
решение фирмы о производстве собственного товара определенного производственного назначения, или закупки его у других фирм

17. maker
фирма-изготовитель /обычно в сложных словах, таких как car maker и т.д./

18. management consulting
консалтинг по менеджменту /платные услуги, предоставляемые независимыми лицами или фирмами, имеющие своей целью оказать помощь в решении проблем управления производством или организацией/

19. management development
курсы повышения квалификации руководящего звена управления

20. management game
деловые игры, используемые как средство обучения приемом управления

21. management process school
современная школа менеджмента, построенная на анализе управленческих функций /планирования, контроля и организации производственных процессов/

22. management trainee
стажер на фирме /менеджер-стажер/

23. manit
/единица измерения/ одна человеко-минута производства

24. manual
справочник /перечень необходимой для конкретной области деловой активности информации, инструкторий, прайслитов и т.д./

25. manufacturer coupon
товарный купон, выпускаемый "фирмой"-производитель товара /в программе стимулирования сбыта/ см. coupon

26. manufacturer's agent
агент фирмы-производителя; оптовый торговец, посредник, не являющийся собственником продаваемого им товара /агент

обычно представляет продукцию нескольких неконкурирующих между собой фирм-производителей, предназначенную для определенной сферы торговли/
см. также MR, manufacturer's representative

27. manufacturer's brand

марочное название товара, принадлежащее производителю самого товара

28. manufacturer's representative

представитель фирмы-изготовителя, агент фирмы-изготовителя
см. также MR, manufacturer's agent

29. marginal buyer

маргинальный, "пограничный" покупатель /т.е. такой покупатель, который воздержится от покупки определенного товара в случае повышения цены на него/

30. marginal producer

маргинальный производитель /т.е. такая фирма, прибыль которой от реализации своего товара едва покрывает затраты на его производство/

31. marginal seller

маргинальный торговец /т.е. такой торговец, который откажется продавать товар, если цена на него будет снижена/

32. markdown
снижение установленной ранее розничной цены

33. markdown cancellation

повышение цены, ранее сниженной /в розничной торговле/ /оно не должно превышать первоначально установленной на товар цены/

34. markdown money

денежная сумма, которую получает розничный торговец от фирмы-производителя в случае, если его товар не распродается /один из существенных пунктов контракта между торговцем и производителем/

35. market

1/ рынок; обычно какой-то определенный сегмент всего потребительского рынка
см. также target market
2/ сокр. от market price

36. market

осуществлять весь комплекс мероприятий, связанных с реализацией товара на рынке, начиная с его производства и кончая дистрибуцией и рекламой

37. marketability

способность некоего материального объекта /товара или услуги/ быть обращенным в наличные деньги

38. marketable
продажеспособный /о товаре/

39. market analysis
анализ рынка /один из аспектов изучения рынка, включающий определение его количественных и качественных характеристик/

40. market audit
ревизия рынка; метод изучения маркетинговой активности и структуры бизнеса /с целью выявления слабых мест/

41. market behaviour
состояние рынка сбыта

42. market decision
принятие решения о рынке сбыта товара

43. market development
становление /формирование/ рынка

44. market dominance
лидирующее положение на рынке

45. market-driven
/marketing/
/маркетинг/ ориентированный на реальные запросы потребителей

46. marketer
фирма, осуществляющая маркетинг своего товара; рекламодатель

47. market exploration
изучение рынка

48. market factor
рыночный фактор, фактор сбыта

49. market failure
провал рынка /ситуация, когда рыночная экономика не справляется с задачей эффективного распределения материальных ресурсов/

50. market fit
рыночное соответствие /вероятность того, что новый товар будет пользоваться спросом у тех же покупателей, которые пользуются другими товарами этой же фирмы/

51. market-grid
approach
"решетка" /аналитическое средство сегментирования рынка, в котором рынок представляется матрицей, разделенной на сегменты по релевантным признакам/

52. market ideology
философия рынка

53. marketing agency
агентство, занимающееся маркетингом

54. marketing boards,
pl
советы по маркетингу /агентства, создаваемые с целью монополизировать сбыт определенных товаров, в особенности сельскохозяйственной продукции. Они объеди-

няют большое число мелких производителей и являются посредником при переговорах с немногочисленными оптовыми покупателями/

55. marketing concept
философия маркетинга
см. broad business philosophy

56. marketing cost analysis
анализ маркетинговых затрат /т.е. затрат с момента производства готовой продукции до ее поставки конечному потребителю и получения оплаты/

57. marketing-dominated strategy
стратегия менеджмента, ставящая во главу угла потребительский спрос; ориентированная на маркетинг

58. marketing functions, pl
функции маркетинга: покупка, продажа, доставка, складирование, сортировка, стандартизация, финансирования, принятие ответственности за риск и сбор информации

59. marketing information system
система маркетинговой информации /вся система сбора, анализа, хранения и распространения информации, имеющей не-

посредственное отношение к маркетингу, используемая данной фирмой/

60. marketing intelligence
маркетинговая разведка /часть системы маркетинговой информации, касающаяся сбора данных о последних достижениях в интересующей фирму области/

61. marketing management
менеджмент маркетинга /планирования, управление и контроль всех маркетинговых операций, в том числе постановка задач маркетинга, разработка программы и стратегии маркетинга, закрепление за этими программами определенного персонала, супервайзинг маркетинговых операций и контроль исполнения/

62. marketingmanship
мера квалифицированности проведения маркетинга товара или услуги

63. marketing mix
формула маркетинга, 4 составляющие маркетинга: цена, товар, реклама и размещение /разработана впервые Нилом Борденом, американским экономистом/

64. marketing research

маркетинговые исследования /процесс сбора, записи и анализа информации, касающейся маркетинга товаров и услуг/

65. marketing research information

данные исследований маркетинга

66. Marketing Science Institute

Институт маркетинговых исследований /США, Кембридж, штата Массачуссетс/ см. также MSI

67. marketing-services firm

фирма, оказывающая различные маркетинговые услуги, маркетинговая фирма

68. marketing tool
средство маркетинга, маркетинговый прием

69. market niche
небольшой сегмент рынка, подходящий для маркетинга какого-либо определенного товара см. также niche

70. market-oriented production
производство, ориентированное на конкретный рынок /т.е. производство товара в той стране, где производится его продажа/ /в международном маркетинге/

71. market outline
место товара на рынке /общее представление о месте конкретного вида или марки товара в общей системе рынка/

72. market penetration

внедрение, проникновение /товара/ на рынок /доля, принадлежащая конкретному виду товара в общей совокупности подобных товаров на рынке/

73. market presence
присутствие на рынке; наличие у фирмы рекламы, обладание устойчивой репутацией среди потребителей и конкурентов

74. market price
рыночная цена /т.е. реальная цена, по которой в данный момент продается товар. Сокр. market/

75. market profile
срез рынка /информация о потенциальном покупателе или анализ потенциального рынка сбыта по индивидуальным характеристикам: возраст, пол и т.д./

76. market representative
представитель торговой фирмы по группе товаров /сотрудник отдела закупок фирмы, занимающий-

ся определенной группой товаров и предоставляющей информацию о них покупателям магазинов, которыми владеет или управляет фирма/

77. market research
исследование рынка /часть маркетинговых исследований, занимающаяся изучением особенностей рынка, его структуры и объема/

78. market segmentation
сегментирование рынка /разделение рынка сбыта определенного вида изделия на различные категории по таким признакам, как местоположение и т.д./

79. market share
рыночная доля, доля рынка /процент, который приходится на долю покупок определенного фирменного, марочного товара от всей совокупности покупок товара данного вида, напр., помады фирмы "Revlon", марки "F&I" от всей помады, продаваемой на рынке/

80. market-share leader
ведущая фирма по показателям занимаемой доли рынка

81. market skimming
"снятие сливок" /установление высокой исходной цены на новый товар с целью быстро окупить

производственные и маркетинговые затраты/ стратегия ценообразования/

82. market strategy
рыночная стратегия /выработка маркетингового подхода, позволяющего выполнить поставленные перед новым видом товара задачи по сбыту/

83. market structure analysis
анализ структуры рынка /изучение товаров конкурирующих фирм на определенном рынке и ответной реакции потребителей на них с целью выработки оптимального решения о внешнем виде товара и позиционировании его на рынке/

84. marking
маркировка товаров /снабжение товаров торговыми ярлыками с указанием цены, размера и т.д./

85. mark-on
розничная наценка; разница между себестоимостью и розничной ценой
см. mark-up

86. mark-up
розничная наценка
см. mark-on

87. marriage mail
совместная рассылка по почте рекламных объявлений нескольких раз-

личных фирм /с целью
сэкономить на почтовых
расходах/
см. также network mail

88. mashion /mass +
fashion/
/жарг./ массовая мода с
претензией на "дизайнер-
ское" исполнение /такие
фирмы, как Gloria Vander-
bilt, Jordache, Sasson/

89. mass-circulation
magazine
массовый журнал

90. mass-market
широкого спроса, массо-
вый /о товаре/

91. mass marketing
массовый маркетинг /ме-
тод продажи крупных пар-
тий товара любому поку-
пателю. Обычно приме-
няется в супермаркетах
и розничных магазинах,
торгующих по сниженным
ценам/

92. mature indust-
ries, pl
"престарелые" отрасли
производства, спрос на
продукцию которых не
имеет тенденции к росту,
или использующие уста-
релые методы производ-
ства

93. Mc Kittrick
"Маккитрик" /ежеквар-
тальное справочное изда-
ние, дающее список всех
рекламодателей и их рек-
ламных агентств США/
см. также МСК

94. mechanical
технический макет /в
печатной рекламе/

95. media
средства рекламы /печать,
радио и телевидение/

96. media adverti-
sing
реклама в средствах мас-
совой коммуникации

97. media adverti-
sing expenditu-
res
затраты на рекламу в
средствах массовой ин-
формации

98. media analysis
анализ средств рекламы
/изучение возможных
подходов к организации
рекламной кампании в
средствах массовой ин-
формации, направленной
на широкую или специа-
лизированную аудиторию/

99. media audiences,
pl
аудитория средств мас-
совой информации

100. media buy
покупка места и време-
ни в средствах рекламы

101. media buyer
рекламный агент, зани-
мающийся покупкой ре-
кламного места и време-
ни в средствах рекламы

102. media costs,
pl
1/ издержки на средства
рекламы; 2/ расценка
средств рекламы

103. media clearance body
орган контроля за средствами рекламы
104. media decision
принятие решения об использовании определенных средств рекламы в рекламной кампании
105. media director
управляющий по средствам рекламы /сотрудник рекламного агентства, отвечающий за выбор рекламных средств для проведения рекламной кампании и за размещение в них рекламных объявлений/
106. media investment
ассигнования на средства рекламы
107. media management
руководство службой средств рекламы /в рекламном агентстве/
108. media plan
план использования средств рекламы в рекламной кампании
109. medium buyer
умеренный, средний покупатель
см. также moderate buyer
110. mega-agency
Рекламное агентство - гигант; крупное рекламное агентство с полным циклом услуг
111. megamerger
слияние фирм-гигантов

112. membership groups, pl
группы людей, объединенные по формальному признаку принадлежности к какой-то общественной организации /в том числе и "торговому клубу"/
113. merchandise catalogue
товарный каталог
114. merchandise manager
управляющий по торговле /в розничной торговле/; ответственное лицо, контролирующее закупки, продажу и учет товаров в магазине
115. merchandise mart
демонстрационно-торговый комплекс /большое торговое помещение, принадлежащее фирме-производителю, где проводится демонстрация товара и заключаются торговые сделки/
116. merchandising
мерчандайзинг /подготовка товаров к продаже в розничной торговле с целью привлечения внимания покупателей - размещение в торговом зале, дополнительная упаковка, установка рекламных планшетов и др./
117. merger
слияние поглощение одной фирмой другой /при

этом сохраняется название и структура фирмы, поглотившей более слабую фирму/

118. merge/purge
операция на компьютере, целью которой является обновление почтовых списков /исключение определенных адресов, введение новых адресов и т.д./ /в прямой почтовой рекламе/

119. message environment
контекст рекламного обращения

120. me-too
/жарг./ слияние небольшой фирмы с крупной см. также minimerger

121. metro area /metropolitan area/
метрополитанский ареал

122. metropolitan newspaper
метрополитанская газета

123. micromarketing
микромаркетинг /изучение процессов экономического обмена в конкретных фирмах/
см. macromarketing

124. microwaveable
предназначенный для приготовления в микроволновой печи /о пищевых продуктах/

125. mid-range market

рынок потребительских товаров средней стоимости

126. middle-of-the-line merchandise
товар среднего качества, добротный товар

127. Milline Rate Formula
методика сопоставления стоимости рекламы в различных газетах /стоимость за рекламную строчку делится на тираж издания и умножается на 1 млн/

128. minimerger
слияние небольшой технической фирмы с крупной компанией
см. me-too

129. mislabeling
неправильная маркировка

130. misredemption
неправильное погашение /купонов/

131. missionary selling
"миссионерство" /использование коммивояжеров на новых участках для продажи новых товаров/

132. Mister Magoo
"мистер Магу", персонаж специальных рекламных роликов
см. abnormal Magoo

133. mobile exposition
передвижная выставка

134. mobile unit
передвижная телекамера,
используемая для репор-
тажей с места события
/в телевизионной рекла-
ме/

135. moderate buyer
средний покупатель
см. medium buyer

136. model stock
образцовый запас това-
ров /необходимое коли-
чество необходимых то-
варов в нужном месте в
нужное время/

137. mom and pop
outlets, pl
семейные магазины /обыч-
но небольшие торговые
точки, обслуживаемые
силами одной семьи, име-
ющей ограниченный капи-
тал/

138. money center
bank
крупный коммерческий
банк

139. motor freight
автомобильный груз /то-
вары, транспортируемые
автомобильным транспор-
том/

140. move product
"двигать" товар, увели-
чивать его сбыт посред-
ством рекламы и меро-
приятий по стимулирова-
нию сбыта

141. move-up buyers
домовладельцы, стремя-
щиеся к более роскош-
ным и просторным жили-
щам

142. multinational
corporation
межнациональная корпора-
ция /корпорация, участ-
вующая в международной
производственной и ком-
мерческой деятельности,
которая производит, про-
дает, рекламирует свои
товары в различных стра-
нах мира/
см. MNC

143. multipack
мультипак /контейнерная
упаковка, содержащая
несколько единиц инди-
видуально упакованного
товара/

144. multiple brands,
pl
множественные марки /раз-
личные марочные назва-
ния, используемые фир-
мой-производителем для
одного товара с целью
расширить рынок сбыта/

145. multiple pricing
предоставление скидки с
цены в случае приобрете-
ния нескольких единиц
товара

146. multiunit orga-
nization
новое название для
"chain store"
см. chain store

147. muppies /mid-
dle-aged urban
professionals/
"яппи" среднего возраст-
та
см. также yuppies

148. musicvid
музыкальные видеоролики
/впервые появились на
кабельном телевидении,
компания "MTV"/

149. Mylar
майлар /товарный знак
фирмы Дюпон для синтети-
ческой пленки, исполь-
зуемой при изготовлении
магнитной ленты/

N

1. name plate
именная фирменная плашка

2. name slug
"именная строка"; под-
пись или логотип рекла-
модателя

3. narrowcast
трансляция кабельного
телевидения /в отличие
от эфирных "broadcasts"/

4. national advertiser
рекламодатель в нацио-
нальных масштабах

5. national advertising
рекламирование в масшта-
бах всей страны /рекла-
модателем является про-
изводитель или оптовый
торговец в отличие от
розничного или местного
торговца/

6. national brand
общенациональная марка;
марочный товар, распро-
страняемый через широ-
кую сеть розничной тор-

говли /в отличие от
private brand - "частной
марки" - принадлежащей
определенному дистрибу-
тору или розничному тор-
говцу/

7. national penetra-
tion
внедрение на рынок в об-
щациональном масштабе

8. needle trades, pl
"игольный бизнес" /про-
мышленные фирмы, выпус-
кающие готовое платье/

9. negative groups
группы, к которым потре-
бители неохотно причис-
ляют себя; негативные
группы

10. negative option
прием прямого маркетин-
га, заключающийся в том,
что товар высылается
клиенту автоматически,
если от него не получен
письменный отказ

11. negotiated price
договорная цена /обычно
ниже, чем стандартная/

12. nested
"в одном гнезде" /о то-
варе/; /товар помещен-
ный внутри упаковки
другого товара /чаще
всего рекламный сувенир/

13. Net Rating
Point
единица рейтинга /один
процент общей потенци-
альной "чистой" аудито-
рии/
см. NRP

14. net unduplicated audience
суммарный рейтинг аудитории
см. CUME

15. network
телевизионная или радиосеть /группа теле- или радиовещательных станций, связанных контрактом и синхронно передающих одни и те же программы/

16. network mail
совместная рассылка /в прямой почтовой рекламе/
см. marriage mail

17. network television
сетевое телевидение /телевизионные станции, ведущие передачи в открытом эфире - в отличие от кабельного телевидения/

18. never-outs, pl
обязательные товары /товары, непременно в больших количествах имеющиеся в магазине в определенный сезон, когда спрос на них особенно высок/

19. New Age
философия "новой эры", представляющая собой смесь восточных и западных религиозных и философских учений, соответственно товары "новой эры" - натуральные

пищевые продукты, альтернативная музыка и т.д.

20. "new collar" worker
"новый воротничок" /работник сферы обслуживания/

21. new entrant
компания-новичок на рынке

22. New Product Watch
служба слежения за появлением новых товаров на рынке

23. news environment
событийное окружение /рекламного обращения/

24. nets, pl
"сети" /три самые крупные теле- и радиоконпании США: ABC; CBS; NBS

25. niche
небольшой сегмент рынка
см. market niche

26. Nielsen Drug /Food/ Index
индекс Нильсена, показатель смены ассортимента аптек и продовольственных магазинов, составляемый по методике, разработанной А.К. Нильсеном, на основании данных, предоставляемых экспертными панелями/

27. Nielsen rating
рейтинг Нильсена /процент семей, принимающих определенную теле- или

радиопередачу по данным фирмы А.К. Нильсена, использующей аудиметры/см. nielsens

28. nielsens, pl рейтинг Нильсена см. Nielsen rating

29. nixie mail "бракованная" почта /почтовые отправления с неправильным, неточным или неразборчивым адресом/

30. nixies, pl "мертвые души" /адресаты рассылочного списка, которым по каким-либо причинам невозможно доставить корреспонденцию/ /в прямой почтовой рекламе/

31. non-adults, pl незрелое население /дети и подростки/

32. non-advertising marketing approaches маркетинг без помощи рекламирования товара в средствах массовой информации /т.е. только мероприятия по стимулированию сбыта, дистрибуция и т.д./

33. nonbusiness advertising некоммерческая реклама

34. nondurable goods товары недлительного пользования /продукты питания, одежда и т.д./

35. nonprofit marketing

применение маркетинговых приемов некоммерческими организациями; "некоммерческий маркетинг"

36. nonprofit organization некоммерческая организация

37. nontheatrical distribution некоммерческий прокат /фильма, программы/

38. normal good "пропорциональный товар" /товар, потребление которого прямо пропорционально увеличению доходной цены/ при низкой цене/ см. также superior good

39. no-tech product традиционное изделие, являющееся основой для использования современного высокотехнического средства /напр., автомобильный подлокотник, на котором устанавливается радиотелефон/

40. novel feature элемент новизны /товара/

41. nut /жарг./ "орешек"; полная стоимость затрат рекламодателя, выступающего спонсором какой-то радио- или телепередачи

О

1. O&O station /owned & operated/

местная радио- или теле- станция, принадлежащая и управляемая одной из компаний "сетей" см. nets

2. obsolescence

плановое снятие фирмой- производителем своего товара с рынка как устаревшего и замена его новым, более совершенным товаром /что обычно сопровождается широкой рекламной кампанией/

3. odd-pricing

присвоение товару "не- круглой" цены /напр., 99 центов вместо 1 дол- лада/ см. также pshychological pricing

4. off-price re- tailers, pl

представители специали- зированной розничной торговли, продающие ма- рочные товары по цене на 20-60% ниже их стои- мости по прейскуранту фирмы-производителя. Быстро растущая с 80-х годов область торгового бизнеса, вызывающая не- довольство других роз- ничных торговцев

5. offshore

"заморский" /о любых де- ловых операциях амери- канских фирм за предела- ми США/

6. oligopoly
олигополия /отрасль про- изводства, в которой не- большое число фирм по- ставляет на рынок один и тот же товар, имея возможность диктовать на него цены/

7. on-air
эфирный, в эфире

8. "on-body" signage
реклама компании на спор- тивной форме команд

9. one-call closers
коммивояжеры, имеющие обыкновение заключать торговую сделку при пер- вом же визите

10. one-step /marke- ting/

одноступенчатый /марке- тинг/ /прямое соверше- ние сделки купли-прода- жи по телефону, через использование купона или по почте, в которой положительным ответом на торговое предложе- ние является акт покуп- ки или подписки на что- то/

11. one-time rate
одноразовая расценка /расценка, по которой рекламодатель оплачива- ет время и место в сред- ствах рекламы при покуп- ке их небольшого объе- ма, недостаточного для получения "оптовой" скидки/

12. on order /of goods/
заказанный /товар/; /то-
вар/ оплаченный, но еще
не полученный покупателем

13. onrask
прямое вознаграждение,
прикрепленное сверху к
упаковке товара
см. direct premium

14. open-contract-
plus-commission
plan
метод открытого контрак-
та в сочетании с комисси-
онным вознаграждением

15. open-end
contract
открытый контракт /конт-
ракт между поставщиком
и покупателем, в кото-
ром поставщик берет на
себя обязательство вы-
полнять требования кли-
ента в течение оговорен-
ного в контракте срока,
при этом сами эти требо-
вания не оговариваются/

16. opening
"премьера", первый по-
каз новой серии товара в
новом сезоне /одной
фирмой-производителем
или всей отраслью про-
мышленности/

17. open order
открытый заказ /заказ на
товар без указания цены
или сроков поставки/

18. open outcry
рынок "крикунов" /обыч-
но при продаже сельско-
хозяйственной продукции/
см. outcry market

19. open rate
подвижная расценка /рас-
ценка, зависящая от при-
обретаемого рекламодате-
лем объема места и вре-
мени в средствах рекла-
мы/

20. open-to-buy
бюджет закупок магазина
розничной торговли

21. optimum reach
оптимальный охват /сред-
ствами рекламы/

22. orange goods
"оранжевые" изделия /то-
вары со средней степенью
оборота, такие как одеж-
да/ /в розничной торгов-
ле/

23. order cycle
цикл выполнения заказа;
время, необходимое для
его выполнения

24. order-getting
cost
стоимость маркетинговых
затрат для обеспечения
нужного экономического
эффекта

25. ordering fre-
quency
частота размещения зака-
зов

26. orgman /organi-
zation man/
функционал

27. outcry market
рынок "крикунов" /заклю-
чение контактов частны-
ми фирмами на закупку
сельскохозяйственной

продукции посредством
выкриков предлагаемой
цены, как на бирже/
см. open outcry

28. outdoor advertising
наружная реклама

29. outdoor advertising campaign
рекламная кампания с
применением средств на-
ружной рекламы

30. outdoor appliance
электробытовые приборы
для использования на от-
крытом воздухе

31. outdoor poster
плакат наружной расклей-
ки

32. outgo
затраты, связанные с под-
держанием деловой актив-
ности фирмы

33. outlay
затраты

34. outlay costs, pl
денежные затраты, свя-
занные с производством
и транспортировкой то-
вара /или предоставле-
нием услуг/

35. out-of-home
media
средства наружной рекла-
мы
см. outdoor advertising

36. out of stock
/о товарах/ запасы ко-
торых в магазине исчер-
паны

37. over-the-counter
продающиеся без рецепта
/о лекарственных препара-
татах/

38. overall /overall
deal/
всеобъемлющая сделка,
когда дистрибьютор вна-
чале финансирует, а за-
тем получает все права
на владение идеями, сце-
нарием или другой про-
дукцией отдельного лица
или небольшой творческой
фирмы

39. overexpose
избыточно рекламировать
товар

40. overfull demand
повышенный спрос на то-
вар

41. overlay
прозрачный лист сверху
графического макета для
помет и инструкций /в
печатной рекламе/

42. overrun
"перебор" /количество
единиц печатной рекламы
сверх требуемого объема/

43. oversaturation
перенасыщение /рынка
товаром/

44. oversize
слишком большого размера
/о товаре/

45. oversold
о ситуации, когда фирма-
производитель должна вы-
полнить обязательства

по поставке большего количества товара, чем она в состоянии сделать

46. own brand

собственная марка /товар, имеющий марку магазина, в котором он продается - в отличие от марки фирмы-производителя/

Р

1. package

"пакет" телеграмм /готовые к трансляции радиои телесериалы, которые за круглую сумму предлагают рекламодателю/

2. packaged goods

фасованные товары

3. package engineering

разработка упаковки /применение научно-технических принципов при создании упаковки, разработке ее размеров, вида, материала и т.д./

4. package insert

рекламный вкладыш в упаковку товара

5. page paste-up

монтаж печатной полосы

6. painted bulletin

рисованный рекламный щит

7. pantry audit

"ревизия кладовых" /исследование потребитель-

ского спроса методом инвентаризации имеющихся у потребителя дома товаров/

8. parent company

"родительская" фирма, контролирующая деятельность принадлежащих ей "дочерних фирм"
см. proprietary company

9. participating dealer

посредник, участвующий в рекламной кампании рекламодателя

10. party plan

один из приемов маркетинга, заключающийся в том, что фирма устраивает вечеринку или чаепитие с распродажей своих товаров

11. pasted inset

рекламная вклейка /в печатной рекламе/

12. paste-in

вклейка

13. paste-up

монтаж /объявления и т.п./

14. pay cable

платное кабельное телевидение

15. paying capacity

платежеспособность

16. pay channel

канал платного телевидения

17. payout plan

план затрат

18. penetrated people
люди с внедренной в па-
мять рекламой /в теории
УТП американского спе-
циалиста рекламы Р.Ривса/

19. penetration check
проверка степени внедре-
ния

20. perks, pl
/разн./ финансовые льго-
ты

21. personal inter-
viewer
лицо, ведущее личный оп-
рос

22. personalized
magazine
журнал, состоящий из раз-
личных рубрик, подбирае-
мый для каждой группы
подписчиков индивидуаль-
но, в соответствии с их
интересами

23. personal sales
force
персонал, занимающийся
личными продажами

24. phaseout
снятие товара с рынка

25. planning board
группа планирования

26. pleasure travel
туризм и путешествия
/сегмент рынка/

27. pod
"связка" рекламных ро-
ликов, идущих один за
другим /в радио- и те-
лерекламе/
см. clutter

28. point-of-purchase
место продажи /товара/
см. POP

29. point-of-purchase
advertising
реклама на месте продажи
см. POP advertising

30. pollster
специалист по опросам,
интервьюер

31. P.O.P. advertising
реклама на месте продажи
см. point-of-purchase
advertising

32. positioning
позиционирование /това-
ра/: 1/ процесс мыслен-
ного определения места
новинки в ряду существую-
щих товаров; 2/ конкрет-
ные мероприятия по за-
креплению за ней этого
места на рынке

33. poster
постер; рекламный плакат

34. poster board
плакатный щит, плакатная
панель

35. p.r. department
отдел престижной рекла-
мы
см. также public rela-
tions department

36. preemptive marke-
ting
"предвосхищающий" марке-
тинг /рекламирование то-
варов, еще не выпущенных
на рынок, с целью от-
влечь внимание потреби-

телей от товара конкурента, особенно часто используется в индустрии компьютеров/

37. preference function

функция предпочтения /при выборе товаров/

38. preference item

товар, которому отдает предпочтение большинство покупателей

39. preferential customer

постоянный покупатель, пользующийся льготами

40. preferred position

предпочтительное расположение /рекламы/ /место в средствах рекламы, за которое рекламодатель платит особо/

41. premium

вознаграждение; рекламный приз /товар, предлагаемый покупателю бесплатно или за минимальную цену в качестве средства стимулирования сбыта другого товара/ см. custom premium

42. premium brand

марочный товар очень высокого качества

43. prepackaging

расфасовка товаров /свежих продуктов питания для продажи в магазинах самообслуживания/ см. prepack

44. prepack см. prepackaging

45. pre-print colour "вкладной цвет" /цветная вкладка, печатающаяся отдельно от основной части издания/

46. presentation презентация /товара/

47. presentation folder

набор рекламной литературы о товаре

48. presenter

ведущий презентации товара, демонстратор

49. pres-kit

подборка рекламной литературы и образцов товара; медиа-кит см. media-kit

50. pressure group группа давления /группа, отстаивающая определенные интересы/

51. preticketing

предварительная маркировка товаров /осуществляемая поставщиком/

52. price-consumption curve

кривая зависимости потребления от изменения цены на товар

53. price-demand curve

кривая зависимости спроса от цены товара

54. price development

динамика цен

55. price leader
лидер по ценам /фирма,
задающая тон в ценообра-
зовании на товары опре-
деленной сферы производ-
ства/

56. price line
категория цен /о това-
рах, сгруппированных
по признаку одинаковой
цены/

57. price/value
perception
соотношение цена/стои-
мость товара в сознании
покупателя

58. primary package
первичная упаковка;
упаковка, непосредствен-
но соприкасающаяся с
товаром

59. prime time
время-пик на радио и
телевидении /когда наи-
большее число людей
смотрит и слушает пере-
дачи; самое дорогое для
размещения рекламы/

60. print adverti-
sment
рекламное объявление в
печати

61. print campaign
рекламная кампания
средствами печатной
рекламы

62. printed novelty
печатный сувенир

63. print media
средства печатной рек-
ламы

64. private brand
марка торгового посред-
ника
см. dealer's brand

65. private label
марка торгового посред-
ника
см. dealer's brand

66. private ware-
house
частная торговая база;
база, принадлежащая и ис-
пользуемая одной фирмой
канала дистрибуции

67. producer goods
товары промышленного
назначения; товары, ис-
пользуемые при произ-
водстве других товаров

68. product class
товарный класс /группа
изделий, являющихся для
большинства потребителей
взаимозаменяемыми/

69. product demon-
stration
наглядный показ товара

70. product develop-
ment
создание /разработка/
товара

71. product feature
характеристика, свойст-
во товара

72. product field
товарная сфера

73. product idea
замысел товара

74. product introduction
выведение товара на рынок
75. production manager
заведующий производственным отделом
76. product knowledge
знание товара
77. product life-cycle
жизненный цикл товара /шесть стадий пребывания товара на рынке: появление, рост, зрелость, насыщение, упадок и отказ от товара/
78. product line
товарная серия /ассортимент товаров одной фирмы или группа изделий, тесно связанных между собой и зачастую употребляемых совместно, имеющих один и тот же рынок сбыта, производителей и находящихся в одном диапазоне цен/ см. line
79. product manager
управляющий по товару
80. product mix
структура ассортимента товаров, поставляемых на рынок фирмой
81. product personality
индивидуальность /"лицо"/ товара

82. product preference
/покупательское/ предпочтение к товару
83. product quality leader
лидер по показателям качества товара
84. product support
"поддержка" товара /постоянными капиталовложениями в рекламу и мероприятия по стимулированию сбыта/
85. product-use experience
опыт использования товара
86. product watch
постоянное наблюдение за товарами на рынке
87. professional
предназначенный для специалистов /о товаре/
88. professional advertising
реклама на лиц свободных профессий
89. professional beauty aids
косметические товары для косметических салонов /товарная категория/ см. professional beauty products
90. professional beauty products
см. professional beauty aids

91. profit margin
запас приносимой прибыли
/о товаре/

92. programming
составление программы
передач на определенное
время /на радио, телеви-
дении/

93. projected audi-
ence
расчетная аудитория /в
рекламе/

94. promo /promotion/
в значении конкретного
мероприятия по стимули-
рованию сбыта

95. promotion
стимулирование сбыта;
рекламирование с целью
повышения интереса по-
требителей к определен-
ному товару

96. promotional
allowance
денежные средства, пре-
доставляемые фирмой-
производителем фирме-
посреднику на проведе-
ние мероприятий по стиму-
лированию сбыта товара;
скидка

97. promotional item
изделие, используемое
в кампании по стимулиро-
ванию сбыта

98. promotional visor
рекламный планшет /на
месте продажи/
см. также visor

99. promotools, pl
средства стимулирования

сбыта /рекламные объяв-
ления, рекламные почто-
вые отправления, демон-
страции товара, катало-
ги и др./

100. proof-of-purcha-
se
см. proof-of-purchase
seal

101. proof-of-purcha-
se label
место на упаковке, где
размещается знак под-
тверждения покупки това-
ра
см. proof-of-purchase
seal

102. proof-of-purcha-
se seal
знак подтверждения по-
купки товара /обычно
размещается на упаковке/

103. proprietary
company
"родительская" фирма
см. parent company

104. proprietary
goods
запатентованные товары,
право продажи или про-
изводство которых при-
надлежит какой-либо од-
ной фирме

105. psychographics
сегментирование демогра-
фических групп потреби-
телей по таким характе-
ристикам как образ жиз-
ни, привычки, социаль-
ный статус и т.д.

106. psychological pricing
присвоение товару "не-
круглой" цены
см. odd-pricing
107. Public Advisory
Committee for
Trademark Affairs
Общественный консульта-
тивный комитет по делам
о товарных знаках /США/
о товарных знаках /США/
108. public-interest
advertisement
рекламное объявление по
актуальным вопросам, за-
трагивающим интересы
широкой общественности
109. publicity cam-
paign
рекламно-пропагандистская
кампания
110. publicity de-
partment
отдел рекламы и пропа-
ганды /на фирме- изгото-
вителе/
111. public relations
advertisement
объявление "престижной"
рекламы, рекламы "пуб-
лик рилейшнс"
112. public relations
department
отдел "престижной" рек-
ламы /на фирме-произво-
дителя/
см. p.r. department
113. public relations
expert
эксперт по организации
общественного мнения

114. public service
advertisement
рекламное объявление в
виде обращения к общест-
венности

115. public warehouse
общественная товарная
база /база, оказывающая
услуги нескольким фир-
мам/

116. pulling power
"сила" объявления; эф-
фективность рекламного
объявления

117. punch line
ударная фраза /в реклам-
ном объявлении/

118. purchase incen-
tive
рекламная продукция /су-
венир/, используемая в
программе мероприятий
по стимулированию сбыта

119. purchasing
capacity
покупательная способ-
ность

120. purchasing pat-
tern
особенности приобретения
какого-либо товара /час-
тота, регулярность и
т.п./

Q

1. qualified ascerp-
tance
принятие чего-либо с
оговорками, условный
акцепт

2. qualified buyer
покупатель, обладающий
целым рядом достоинств;
"выгодный" покупатель

3. query card
карточка запроса

4. questionnaire
construction
составление анкеты для
опроса потребителей

R

1. rack jobber
оптовый торговец, специа-
лизирующийся на постав-
ках товаров повседнев-
ного спроса

2. radio buy
покупка времени на ра-
дио для трансляции рек-
ламы

3. radio merchandi-
sing program
программа мероприятий
по стимулированию сбыта
определенного товара
проводимая посредством
радиообъявлений

4. radio rep firm
см. radio representation
firm

5. radio representa-
tion firm
посредническая фирма,
оказывающая услуги по
размещению рекламных
объявлений в радиоэфире

6. rag business
"тряпичный" бизнес; ин-
дустрия готового платья

7. rate card
прейскурант /в средст-
вах рекламы/

8. ratings company
рейтинговая фирма, выво-
дящая оценочные коэф-
фициенты теле- и радио-
программ

9. reach
охват /теле- или радио-
аудитории/ средством
рекламы

10. reach level
уровень охвата /каким-
либо средством рекламы/

11. reach potential
потенциал охвата /сред-
ствами рекламы/

12. reader profile
анализ состава читателей
/определенного изделия/

13. ready-to-assemble
furniture
сборная мебель /сегмент
рынка/

14. ready-to-serve
готовые к употреблению
/о пищевых продуктах/

15. reason-why ad-
vertising
аргументирующая реклама

16. rebate
одноразовое денежное
вознаграждение при по-
купке дорогостоящего
товара /напр., автомо-
биля/ /в программе сти-
мулирования сбыта/

17. rebate offer
предложение скидки с
цены
18. red label
красный ярлык /маркиров-
ка воспламеняющихся гру-
зов при их транспорти-
ровке/
19. refund
денежное вознаграждение
при покупке, удостоверя-
емой предъявлением
"proof-of-purchase" /в
программе мероприятий
по стимулированию сбыта/
см. proof-of-purchase
20. refund check
счет к оплате за покупку,
возвращенную покупате-
лем в магазин
21. regional buying
preference
региональные покупатель-
ные предпочтения
22. regular brand
обычная марка, марка
регулярного пользования
23. regular price
стандартная розничная
цена /без скидки/
24. regular-size
стандартный /по размеру/
25. relationship
marketing
маркетинг, основанный
на установлении прочных
связей с покупателями
26. remarketing
ремаркетинг, повторный
маркетинг /"оживление"

идушего на спад товара
посредством новой рек-
ламной компании или рек-
ламирование его на но-
вом целевом рынке/

27. remote
см. remote broadcast
28. remote broadcast
репортаж с места события
/в рекламе - с места
продажи рекламируемого
товара/
см. remote
29. repeat business
повторное обращение
потребителей к услугам
определенной фирмы
30. reply card
возвратная карточка
31. representative
торговый агент
см. также sales repre-
sentative
32. retail chain
сеть розничных магазинов
/одной фирмы/
33. residential
customer
клиент, живущий в грани-
цах торговой зоны про-
давца
34. response measure
замер ответной реакции
35. retail adverti-
sement
объявление розничной
рекламы
36. retail adver-
tiser
рекламодатель розничной
торговли

37. retail distribution
распространение в розницу,
через розничную торговлю

38. retailer tag
сообщение розничного тор-
говца в конце рекламного
ролика основного рек-
ламодателя о месте и ус-
ловиях продажи реклами-
руемого товара /в теле-
и радио-рекламе/

39. retail field
розница

40. retailing insti-
tution
розничное торговое пред-
приятие

41. retail tag
указание конкретного
места розничной продажи
рекламируемого товара
/в теле- и радиорекламе/

42. return privilege
договоренность с постав-
щиком о возврате неиз-
расходованной части то-
вара /обычно рекламных
призов/

43. ribbon branding
ленточная маркировка

44. rig
комбинированный грузо-
вик; трактор и авто-
фургон

45. roll out
выпускать на рынок, на-
чинать активную прода-
жу /о товаре/

46. rollout
появление новых товаров
на рынке

47. runaway brand
марочный товар, с боль-
шим отрывом лидирующий
на рынке

48. run-of-paper
цвет "от газеты", одно-
прогонная многокрасоч-
ная печать
см. ROP

S

1. saleable article
ходовой товар

2. sales area
торговый зал; площадь
торгового зала; район
сбыта
см. selling area

3. sales bulletin
торговый бюллетень

4. sales claim
коммерческий аргумент

5. sales develop-
ment program
программа мер по увели-
чению продажи товара

6. sales leads, pl
"подсказки", целеука-
зания на потенциаль-
ных покупателей?

7. sales manager
управляющий службой
сбыта

8. sales message
торговое обращение

9. sales opportu-
nity
возможность сбыта

10. sales promotion
кампания мероприятий по
стимулированию сбыта
/реклама в местах про-
дажи, бесплатные образ-
цы товара, рекламные
призы, купоны и т.д./

11. sales promotion
budget
смета расходов на меро-
приятия по стимулирова-
нию сбыта

12. sales representa-
tive
торговый агент, коммивоя-
жер
см. representative

13. salient feature
отличительный признак
см. identifying feature

14. sampling campaign
рекламная кампания по
распространению проб-
ных образцов нового то-
вара

15. sampling intro-
duction
выведение товара на ры-
нок с помощью распрост-
ранения бесплатных об-
разцов

16. sampling opera-
tion
процесс составления вы-
борки

17. sampling plan
план выборочного обсле-
дования

18. saturation
campaign
кампания по насыщению

рынка определенным то-
варом

19. saturation
couponing
кампания насыщения с
распространением купонов

20. saturation flow
поток насыщения

21. scatter package
блок передач "вразброс"
/на телевидении/

22. scrambled merchan-
dising
"смешанная" торговля,
торговля товарами раз-
личных товарных классов
в одном магазине

23. scratch-off card
карточка опроса потре-
бителей, на которой тре-
буется вычеркнуть какие-
то варианты ответа

24. screen ad
кинореклама

25. seasonal effects,
pl
сезонные колебания /спро-
са и т.п./

26. secondary circu-
lation
вторичное обращение пе-
чатного издания /среди
лиц, не являющихся его
первичными читателями/

27. segmentation
analysis
сегментный анализ рынка

28. self-liquida-
ting offer
самоликвидирующееся воз-

награждение за покупку /стоимость которого включена в стоимость товара и оплачивается покупателем при его покупке/ см. self-liquidating premium

29. self-liquidating premium
самоликвидирующееся вознаграждение за покупку см. self-liquidating offer и free offer

30. selling appeal
рекламно-коммерческий мотив

31. selling area
торговый зал
см. sales area

32. selling force
торговый персонал

33. selling environment
коммерческая /торговая/ среда

34. selling point
коммерческий аргумент

35. sell-through
успешная продажа товара на рынке /в результате правильной рекламной кампании/

36. SELTEL Inc
фирма "Селтел", являющаяся распространителем рекламного времени на 100 телевизионных станциях в США

37. Service 500
ежегодный список 500 крупнейших корпораций

непроизводственной сферы в США, составляемый журналом "Fortune"

38. share coal
планируемый показатель доли рынка

39. shelf display
выкладка товара на полках в магазине

40. shelf-life /of a product/
долговечность хранения на прилавке /о товаре/

41. shelf pad
рекламное объявление на магазинной полке

42. shelf spotter
рекламное оформление полок в магазине, указывающее на определенный товар, привлекающее к нему внимание покупателей

43. shelf-stable
пригодный для длительного хранения /о товаре/

44. shopping club
"клуб покупателей"; торговая база-магазин, где товары продаются по несколько сниженным по сравнению с розничной торговлей ценам
см. также warehouse club

45. shopping goods
товары предварительного выбора /мебель, большинство электробытовых товаров и т.д./

46. shopping guide
торговый путеводитель
47. shopping habit
покупательский стереотип
48. shopping information
торговая информация
49. shopping newspaper
торговый вестник
50. shopping spree
рекламный приз, предоставляющий его владельцу право на бесплатное приобретение товаров на определенную сумму /в программе мероприятий по стимулированию сбыта/
51. show floor
выставка, демонстрационный зал; экспозиция
52. single-copy circulation
распространение печатного издания в розницу
53. single-serve food
пищевые продукты в расфасовке на одну порцию
54. six-pack
распространенный вид упаковки напитков, заключающий в одном контейнере 6 единиц товара
55. "smart card"
покупательская кредитная карточка, обрабатываемая при помощи компьютера

56. Snow Belt
"снежный пояс" /северные штаты США/
57. soft-sell advertising
ненавязчивая реклама /в отличие от hard-sell advertising/
58. space buyer
специалист по закупке места в средствах массовой информации для размещения рекламы
59. special-interest newspaper
специализированная газета
60. special occasion advertising
использование различных мероприятий общественности с целью рекламирования товара
61. special offer
рекламный прием, заключающийся в представлении "особого /особо выгодного/ предложения"
скидки цены или другого вознаграждения
62. special price
цена со скидкой /обычно устанавливается на определенный период времени/
63. specialty advertising
реклама с помощью рекламных сувениров
64. specialty advertising industry

индустрия рекламных сувениров

65. specialty goods
товары особого спроса
/особо модные товары, автомобили, стереоаппаратура и т.п./

66. specialty store
магазин специализированной розничной торговли

67. specimen dummy
макет верстки

68. spending habit
характер расходов

69. split-30 commercials
два рекламных объявления о двух различных товарах одной фирмы, каждое продолжительностью 25 секунд, совмещенные в один стандартный 30-секундный ролик; двойной 30-секундный ролик; двойной 30-секундный рекламный ролик /в телерекламе/

70. split-run advertising
реклама, использующая разбивку тиража для размещения различных объявлений

71. spokescharacter
рекламный персонаж

72. spokesperson
официальный представитель фирмы, выступающий с заявлением

73. sponsor
спонсор

74. sponsorship
выполнение функций спонсора; спонсорские услуги

75. sponsorship package
пакет рекламных мероприятий, предлагаемый спонсором

76. spot advertising
"точечная" теле- и радиореклама, проводимая на отдельных рынках с помощью рекламных видео- и радиороликов

77. spot market
"точечный" рынок /рынок, на котором торговля осуществляется за наличные деньги с короткими сроками поставки товара покупателю/

78. spot price
цена товара на "точечном" рынке
см. spot market

79. spreadhead
заголовок на развороте /в печатной рекламе/

80. standard-size package
стандартная упаковка

81. standee
рекламный манекен, обычно в виде какого-то известного персонажа

82. stand-up presenter
ведущий презентации в кадре /в телевизионной рекламе/

83. star
"звезда" /товар, на ко-

торый приходится большая доля рынка при рас-
тущем рынке/

84. start-up
новый, недавно появивший-
ся на рынке /обычно о фир-
ме/

85. state-of-the-
industry
выполненный по последне-
му слову техники, высоко-
качественный /о товаре/

86. station break
"станционный просвет"
/интервал между трансля-
циями программ сети,
когда станция-филиал
может передавать рекла-
му, получаемую ею напря-
мую, как правило, от
местных рекламодателей/

87. station call
letters
название теле- или радио-
станции /обычно из не-
скольких букв: CBS,
WNAU и т.п./

88. station identi-
fication
позывные радио- или те-
лестанции

89. station identi-
fication break
перерыв в радио- и те-
лепрограммах для пере-
дачи позывных станции

90. station poster
станционный плакат /на
вокзале и т.д./

91. status product
престижный товар

92. staying power
способность товара дол-
гое время удерживать вни-
мание потребителей

93. steady buyer
постоянный покупатель

94. stitch-in
вклейка
см. blow-in

95. stock art
массовый дизайн реклам-
ных объявлений /прода-
ется для нескольких
реklamодателей/

96. stockout
ситуация, когда в торго-
вой точке кончаются за-
пасы товара

97. store brand
марка конкретного мага-
зина

98. store circular
рекламный вестник мага-
зина /обычно сообщающий,
какие товары продаются
со скидкой/

99. store demonstra-
tion
демонстрация товара про-
давцом в магазине

100. store traffic
посещаемость /покупате-
лями/ магазина, попу-
лярность магазина

101. Strategic Busi-
ness Unit
"стратегическая группа"
/отдел или подразделе-
ние фирмы, занимающийся
определенным товаром

или товарной серией и являющийся автономной самофинансирующейся единицей/
см. также SBU

102. street encounter
уличное интервью

103. strip show
регулярная ежедневная телепередача
см. across the board

104. strong market
сильный рынок /рынок, на котором спрос превышает предложение/

105. subliminal message
объявление продолжительностью в 1/30 секунды, транслируемое многократно во время обычной телепрограммы; "подсознательная" реклама

106. suggestive brand name
суггестивное название товарной марки /напр., "Life-Savers", название марки леденцов с дырочкой посредине/

107. Sun Belt
"солнечный пояс" /южные штаты США/

108. superior good
"пропорциональный товар"
см. normal good

109. superiority claim
утверждение о превосходстве /одного товара над другим/

110. superstore
магазин типа супермаркета, но с расширенной продажей непродуктовых товаров

Т

1. tabloid insert
малоформатная рекламная вкладка /в газету или журнал/

2. tag line
заключительная фраза рекламного объявления

3. "take-one" literature
рекламная литература для бесплатной раздачи

4. take-out foods
готовые пищевые продукты, продаваемые кафетериями "на вынос" /сегмент рынка пищевых товаров/

5. takeover marketing
"завоевательный" маркетинг /маркетинг, рассчитанный на поглощение одних фирм другими/
см. merger

6. target audience
целевая аудитория /в рекламе/

7. taste-test
потребительские испытания нового товара на вкус

8. tax write-off
освобождение определенной части дохода от на-

лога /передачей части средств на благотворительные нужды и т.п./

9. team
рабочая группа

10. teaser
"затравка" /рекламный прием, направленный на то, чтобы вызвать интерес к последующему рекламному объявлению/

11. teleconference
hookup
телемост

12. telemarketing
прямой маркетинг по телефону

13. telephone interviewer
лицо, ведущее опрос по телефону

14. telequalification system
система опроса покупателей по телефону /об их покупательских намерениях/

15. teleshopping
покупки по телефону

16. telethon
телемарафон /благотворительная телевизионная передача/

17. test advertisement
пробное объявление

18. test check
контрольное испытание

19. test marketing
пробный маркетинг

20. theater exhibition pattern
структура проката в кинотеатрах /о фильме/

21. theater screen advertising
реклама в коммерческом кинопрокате

22. themeline
основная рекламная тема /сформулированная в одной фразе идея рекламной кампании/

23. thin market
"прослоечный" рынок; реактивный /вялый/ рынок

24. tie-in
"связка" /совместная реклама нескольких товаров одной или разных фирм/

25. time buyer
специалист по закупке времени в средствах массовой информации для размещения рекламы

26. top-of-the-line goods
первоклассные товары товарной серии

27. total advertising
общие капиталовложения в рекламу

28. total market coverage
тотальный охват рынка

29. tracking system
/компьютерная/ система слежения /за торговыми операциями/

30. trade acceptance
реакция торгующих фирм
на предложения рекламода-
теля по проведению кампа-
нии стимулирования сбыта

31. trade advertise-
ment
рекламное объявление на
сферу торговли

32. trade booth
выставочный стенд
см. trade show exhibi-
tion booth

33. trade fair
торговая ярмарка

34. trade journal
журнал для специалистов
какой-то определенной
области

35. trade magazine
специализированный про-
фессиональный, отрасле-
вой журнал

36. trademark bulletin
бюллетень товарных знаков

37. trademark expert
эксперт по товарным зна-
кам

38. trade name
торговое название товара

39. tradeoff
выполнение каких-либо
коммерческих обязательств
в ответ на полученные ус-
луги

40. trade show exhibit
booth
выставочный стенд
см. trade booth

41. trade support
поддержка товара /и за-
интересованность в нем/
работниками торговли

42. trading stamps,
pl
торговые марки, которые
покупатели получают в
некоторых магазинах при
покупке товара, а затем
могут обменять на какой-
то товар /одно из меро-
приятий по стимулирова-
нию сбыта/

43. traffic
посещаемость покупателя-
ми торговой точки

44. traffic depart-
ment
отдел прохождения зака-
зов /в рекламном агент-
стве/

45. traffic manage-
ment,
руководство службой про-
хождения заказов /в рек-
ламном агентстве/

46. transit adverti-
sement
рекламное объявление на
транспорте

47. trial size
пробная упаковка товара
/обычно уменьшенного
размера/

48. triple keysto-
ning
утроение оптовой цены
/в ценообразовании роз-
ничной торговли/
см. keystoneing

49. turnkey
сдача "под ключ" /предоставление всего цикла услуг или полного комплекса товаров - по соответствующему контракту/

50. TV/radio spot
buyer

агент специалист по покупке времени для "точечной" рекламы

51. two-step marketing
двухступенчатый маркетинг
см. conversion rate

52. two-tier pricing
system
система ценообразования, состоящая из двух категорий цен /рассчитанных на разные классы потребителей, напр., одна цена для оптовой продажи и другая для розничной/

U

1. underdog
не очень крупный предприниматель и рекламодатель

2. under-merchandise
не подкреплять предложение о вознаграждении за покупку достаточной товарной ценностью

3. Universal Product
Code
универсальный товарный код, UPC
см. bar code

4. upper-income
высокооплачиваемый, с высокими доходами /о прослойке населения/

5. usage pattern
особенности использования /товара/

6. upscale market
рынок потребителей с уровнем доходов и образования выше среднего

7. usage cycle
долговечность, длительность использования /о товаре/

8. utility vehicle
автомобиль среднего класса

V

1. value-conscious
стремящийся к экономии /о покупателе/
см. budget-conscious

2. vending machine
торговый автомат

3. vendor analysis
процесс отбора поставщиков

4. vendor supported
имеющий поддержку и оптовиков /о товаре/

5. venture team
рабочая группа фирмы-производителя, занимающаяся разработкой и маркетингом нового товара

6. vertical merger
"вертикальное" слияние

фирм, входящих в одну систему каналов дистрибуции

7. videologue
видеолог, каталог на видеокассете

8. viewing diary
зрительский дневник /используется при анализе состава зрительской аудитории и для рейтинга телепрограмм/

9. VIP pack
подборка рекламных материалов, рассылаемых потенциальным покупателям дорогостоящих товаров /в прямой почтовой рекламе/

10. visor
рекламный планшет
см. promotional visor

11. voluntary chain
система кооперации оптовиков против крупных розничных торговцев

W

1. walking advertisement
"ходячая" или "живая" реклама /т.е. человек, несущий рекламные щиты или транспоранты/

2. warehouse club
торговая база-магазин; магазин-склад
см. shopping club

3. wars
"войны" производителей-конкурентов за рынки

сбыта. Известны "cola wars" /между компаниями Pepsi и Coca Cola/, "burger wars" /между компаниями Mac Donald и Burger King, производящими гамбургеры/, "PC wars" /между производителями персональных компьютеров Apple и IBM/, "jeans wars" /между фирмами, производящими джинсы Jordache и Murjani/

4. waste circulation
тираж, оставшийся нераспространенным

5. wasted coverage
бесполезный охват /рекламной аудитории/

6. well-established product
прочно зарекомендовавший себя на рынке товар

7. wheel of retailing
колесо розничной торговли /теория того, что вначале делается упор на низкую цену нового товара, однако со временем цена на него растет и новые конкуренты предлагают более дешевый товар/

8. white goods
"белый" товар /бытовые электроприборы значительных габаритов: холодильники, стиральные машины и т.д./

9. wholesale outlet
оптовая торговая база

10. wine cooler
легкое сухое столовое
вино

11. with-pack pre-
mium
вознаграждение за покупку,
получаемое покупателем
в упаковке вместе с то-
варом

12. word-of-mouth
advertising
устная реклама, "молва"
см. endless chain

13. wrap-up
/жарг./ "легкий" поку-
патель, "простофиля"
/покупатель, с готов-
ностью покупающий какой-
то товар/

У

1. yellow pages, pl
телефонный справочник
торговли

2. yuppie /young
urban professional/
яппи, молодые преуспеваю-
щие городские жители с
высшим образованием и
высокими доходами /де-
мографическая группа/

Z

1. zap
/разг./ остановить, "вы-
рубить" /напр., теле-
рекламу/

2. zipper
товар, приносящий боль-
шую прибыль и быстро за-
воевывающий рынок

3. zip code
почтовый индекс

СОКРАЩЕНИЯ

AMA /American Marke-
ting Association/
Американская ассоциация
маркетинга

ASI /Audience Survey's
The/
"Одненис сервейз", кампа-
ния по исследованию зри-
тельских реакций /США/

CEO /Chief Executive
Officer/
главный управляющий

CPI /Consumer Price
Index/
показатель потребитель-
ских цен

CUME /Cumulative
Audience ratings/

суммарный рейтинг аудитории

DAGMAR /Defining Advertising Goals for measured Advertising Results/

"определение целей для расчетных рекламных результатов" /распространенный метод планирования рекламной кампании/

DIS /Direct Impact on Sales/

прямая зависимость сбыта от проводимой рекламной кампании

DIY /Do-it-yourself/ товары типа "сделай сам"

EDI /Electronic Data Interchange/

система обмена электронной информацией

EOM /end of the month/

последние дни месяца

GAF /General merchandise, Apparel and Furniture/

товары повседневного спроса, одежда, мебель /обычный ассортимент магазинов розничной торговли/

GWP /gift with purchase/

бесплатный подарок, вручаемый покупателю при покупке какого-то определенного товара /в мероприятиях по стимулированию сбыта/

HUT /Household using television/

семья, имеющая телевизор

LDC /Low Developed Country/

развивающаяся страна

LOH /Lady of the House/

"домашняя хозяйка"

M&A /Mergers and Acquisitions/

отделение инвестиционного банка, занимающегося капиталовложениями, связанными с слиянием компаний или приобретением одной компании другой /т.е. с маркетингом "завоеваний", "takeover marketing"/

Mc K /Mc Kittrick/ фирма "Маккитрик"

MNC /Multinational Corporation/

международная корпорация

MR /manufacturer's representative/

представитель фирмы-изготовителя

MSI /Marketing Science Institute, Cambridge, Mass/

Институт маркетинговых исследований /США/

NARB /National Advertising Review Board/

Национальный совет по наблюдению за рекламной деятельностью /США/

NIC /Newly Industrializing Country/

страна быстро развивающаяся техническое производство /напр., Тайвань, Южная Корея, Гон-Конг/

NPO /nonprofit organization/
некоммерческая организация

NRP /Net Ration Point/
единица рейтинга

OPM /orders per thousand/
количество заказов на тысячу единиц тиража печатного издания или прямой почтовой рекламы /показатель эффективности рекламной кампании/

OTO /one time only/
рекламное объявление, помещаемое в средствах рекламы только один раз

P.O.P. /point-of-purchase/
место продажи /товара/

PSA /Public Service Announcement/
объявление службы общественной информации

PWP /Purchase with Purchase/

покупка вместе с покупкой /торговое предложение приобрести вместе с товаром, продаваемым за обычную цену, дополнительно другой товар по сниженной цене/

rep. /representative/
представитель /торговой или другой фирмы/

ROP /run-of-paper/
цвет "от газеты"

SBV /Strategic Business Unit/
"стратегическая" группа

SMSA /standard metropolitan statistical area/
стандартный метрополитенский статистический ареал /США/

UPC /Universal Product Code/
универсальный товарный код

vp /vice president/
вице-президент

А

анализ рынка М 39

В

время-пик Р 59
 выставочные образцы Е 28
 выставочный стенд Т 32

Д

демаркетинг D 14
 демографические показатели D 16
 дилер D 6

Ж

жизненный цикл товара Р 77
 журнал-каталог М 5

З

заказчик А 4

И

иллюстрация А 81

К

кампания мероприятия по стимулированию сбыта S 10
 конечный потребитель Е 15
 купон С 162

Л

лицо фирмы А 89

логотип L 33

М

макромаркетинг М 1
 маркетинговые исследования М 64
 мерчандайзинг М 116
 место продажи товара Р 28
 микромаркетинг I 23
 мультипак М 143

Н

нетрадиционные средства рекламы А 75

О

оптовый потребитель L 5
 охват средствами рекламы R 9

П

перенасыщение рынка товаром O 43
 побочные товары F 16
 пограничное время F 42
 позиционирование P 32
 презентация P 46
 пробный маркетинг T 19
 прямая почтовая реклама D 26
 прямой маркетинг D 31

Р

рабочая группа T 9
 разработка упаковки P 3
 рассылочный список L 22

реклама А 26
рекламное агентство
А 12
рекламное объявление
А 11
рекламный бюджет А 10
рекламный контакт А 42
рекламный куплет J 1
рекламный приз Р 41
рекламный ролик С 57
рекламодатель А 25
ремаркетинг R 27
рынок М 35
рыночная доля М 79

С

сегментирование рынка
М 78
слияние фирм М 117
совместная реклама С 131
спонсор S 73
среднестатистический зри-
тельский рейтинг А 1
средства маркетинга М 68
средства рекламы М 95
средства стимулирования
сбыта Р 99
срез рынка М 75
стимулирование сбыта
Р 95
суммарный зрительский
рейтинг С 182

Т

текст рекламного объяв-
ления С 136

телемарафон Т 16
телемост Т 11
товарная марка В 52
товарный каталог М 113
товарная серия Р 78
товарный класс Р 68
торговый автомат У 2

У

универсальный товарный
код U 3
управляющий по товару
Р 79

Ф

фирма-изготовитель М 17
фирменный стиль С 148
фокус-группа F 20
формула маркетинга М 63

Ц

целевая аудитория Т 6

Ш

штриховой код В 16

Э

экологически чистый то-
вар Е 21

