

**Всесоюзный  
Центр  
Переводов**

# **Д**ЕТРАДИ **НОВЫХ ТЕРМИНОВ**

**АНГЛО-РУССКИЕ ТЕРМИНЫ  
ПО МАРКЕТИНГУ  
MARKETING  
ENGLISH AND RUSSIAN TERMS**



**159**

Государственный комитет СССР  
по науке и технологиям

Академия наук  
СССР

ВСЕСОЮЗНЫЙ ЦЕНТР ПЕРЕВОДОВ  
НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДОКУМЕНТАЦИИ

В помощь переводчику

ТЕТРАДИ НОВЫХ ТЕРМИНОВ  
№ I59  
АНГЛО-РУССКИЕ ТЕРМИНЫ ПО МАРКЕТИНГУ

С о с т а в и т е л ь  
И.В.Новаш

Москва 1991

Ответственный редактор

И.И.Убин

С О Д Е Р Ж А Н И Е

	стр.
От составителя .....	3
Английские термины и русские эквиваленты .	4
Сокращения .....	86
Указатель русских терминов .....	89



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. Кржижиновского, 14, корп. I Всесоюзный центр переводов.

## А

1. **AA rating**  
среднестатистический  
зрительский рейтинг:  
процент семей по всей  
стране, смотревших сред-  
нестатистическую минуту  
конкретной телепередачи  
см. **Average Audience  
Rating**

2. **abnormal Magoo**  
нетипичная реакция ауди-  
тории пробного показа  
телепрограммы на специ-  
альный мультипликацион-  
ный ролик с "мистером  
Magu" - в отличие от  
"normal Magoo"  
см. также "Mister Magoo"

3. **above the line**  
крупная творческая фигу-  
ра, участвующая в созда-  
нии кинофильма или теле-  
визионного рекламного  
ролика /автор сценария,  
режиссер, продюсер, ве-  
дущий актер/  
см. также **key talent**

4. **account**  
заказчик, клиент реклам-  
ного агентства

5. **account  
management**  
руководство службой ис-  
полнения заказов, руко-  
водство рабочими группа-  
ми клиентов /в реклам-  
ном агентстве/

6. **account manager**  
руководитель рабочей  
группы клиента /в рек-  
ламном агентстве/

7. **across  
the board**  
регулярная ежедневная  
телепередача, появляю-  
щаяся 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 рек-  
ламе/

9. **action picture**  
изображение /товара/ в  
действии

10. **acquisition  
budget**  
денежные средства, кото-  
рыми располагает фирма  
для привлечения покупа-  
телей посредством прямой  
почтовой рекламы и рек-  
ламы в средствах массо-  
вой информации; реклам-  
ный 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 Медисон-авеню, улицы в центре Нью-Йорка, на которой сосредоточено большое число рекламных агентств; синоним рекламного бизнеса вообще  
см. также Medison Avenue

14. addressing company  
фирма-поставщик адресных списков /для прямой почтовой рекламы/  
см. также list company

15. adjacencies, pl  
соседствующие на прилавках товарные категории /в розничной торговле/

16. ad maker  
автор рекламных объявлений

17. ad makeup  
компоновка рекламного объявления

18. administered vertical marketing system  
система распределения, в которой координация каналов распределения достигается не за счет их единого владельца, а благодаря усилиям фирмы-лидера на рынке

19. advance advertisement  
анонс, предварительное рекламное объявление

20. adversary advertising  
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 рекламных объявлений

25. advertiser  
рекламодатель

26. advertising  
реклама, рекламирование /оплачиваемое рекламодателем рекламирование в средствах массовой информации 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;  
рекламная аудитория
32. advertising awareness  
осведомленность о рекла-  
ме
33. advertising claim  
рекламное утверждение
34. advertising code  
кодекс рекламы
35. advertising copy  
текст рекламного объяв-  
ления /в печатной рекла-  
ме/  
см. также copy
36. advertising decision  
принятие решения о рек-  
ламной кампании
37. advertising department  
отдел рекламы /на фирме  
-рекламодателе/
38. advertisement dummy  
макет рекламного объяв-  
ления
39. advertising effect  
эффект рекламы, реклам-  
ное 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 обществен-  
ное мнение, оказываемое  
рекламой
49. advertising management  
управление рекламой /на  
фирме-рекламодателе/
50. advertising media  
средства рекламы; носи-  
тели 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; "рекламная спираль"
58. advertising theme  
основная рекламная идея объявления, обычно выраженная броской запоминающейся фразой
59. advertology  
наука о рекламе, рекламоведение

60. advertorial  
I/ рекламная вклейка того же формата, что страница печатного издания, в котором она помещается. Ее текст должен соответствовать тематике издания /с обязательной пометкой "рекламное объявление" сверху каждой страницы/; 2/ рекламное объявление по актуальной проблеме общественной жизни, впервые введенное в рекламную практику американской фирмой Mobil /от "advertisement" - рекламное объявление + "editorial" - передовица/

61. advocacy advertisement  
объявление идейно-пропагандистской рекламной кампании

62. advocacy advertising  
идейно-пропагандистская реклама

63. aftermarket  
I/ массовый рынок /потребительских сделок купли-продажи/; 2/ продажа запчастей и обслуживание техобслуживания бытовых электроприборов и автомобилей после продажи

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



65. agency network  
сеть агентств

66. aggregation  
агрегация рынка /совмещение всех сегментов рынка в единое целое и разработка товара и стратегии маркетинга исходя из этого целого/

67. AIDA model  
формула рекламы "внимание-интерес-желание-действие" /англ. attention-interest-desire-action/

68. AIDMA model  
формула рекламы "внимание-интерес-желание-мотив-действие" /англ. attention-interest-desire-motiv-action/

69. air-able  
подходящий для трансляции по телевидению или радио, не слишком затенутый и т.п. /о материале/

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 радиои 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, совместная реклама

**88. atmospherics**  
"лицо" фирмы, включая ее продукцию, фирменный стиль, штаб-квартиру и

персонал /впечатление, которое все это производит на потребителя/

**89. attitude measurement**  
исследование и оценка отношения потребителя к чему-либо

**90. audilog**  
"аудилог" /зрительский дневник, в котором члены зрительской выборки фиксируют сведения обо всех просмотренных программах/

**91. audimeter**  
"аудиметр" /электронное устройство для поминутной регистрации на пленке информации обо всех включениях телевизора и его переключениях с программы на программу/

**92. audit bureau**  
бюро по контролю за тиражами

**93. audience flow**  
динамика движения /текущая/ аудитории

**94. audience impact**  
ударное воздействие на аудиторию

**95. audience measurement**  
статистическая оценка аудитории; замер аудитории

**96. Audience Surveys Inc**  
известная компания по

исследованию зрительских  
реакций на телепрограммы  
/США/  
см. ASI

97. automaker  
автомобильная компания

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

99. automotive  
market  
рынок автопринадлежнос-  
тей

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

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

102. 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 по-  
лучения заказа от клиен-  
та /в прямом маркетинге/

5. back file  
1/ подборка печатных ма-  
териалов за предшествую-  
щий период /рекламный  
архив/; 2/ комплект  
предшествующих номеров  
периодического издания

6. back office  
1/ вспомогательная кон-  
тора фирмы для обработ-  
ки информации и обслужи-  
вания автоматизированных  
систем управления произ-  
водством и сбытом, рас-  
положенная обычно в от-  
дельном /менее престиж-  
ном, чем штаб-квартира  
фирмы - здании/; дея-  
тельность 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 /витрины/

**9. backend performance**  
поведение покупателя, находящегося в продолжительном контакте с фирмой-поставщиком /напр., члена книжного клуба, который ежемесячно получает новое издание, которое он может либо оставить себе, оплатив его стоимость, либо вернуть обратно/

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

**11. bait and switch**  
рекламная уловка с "ускользающей приманкой", когда покупателя заманивают в магазин обещанием особой скидки на непредставленный на самом деле в магазине товар 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/ заголовок 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 Nynex в 1985 году 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 малолитражки: Ford, Fiat, Europe, Volkswagen, Peugeot, Opel, Renault/

38. Big Three  
"Большая тройка" I/ см. также "Detroit Troika" /американские автогиганты, расположенные в Дет-

ройте, штат Иллинойс:  
General Motors, Ford,  
Chrysler/; 2/ крупнейшие  
американские магазины  
розничной торговли:  
Sears, K mart, J.C. Pen-  
ney

39. big ticket  
item  
дорогостоящий товар

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

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

42. billings, pl  
оборот по счетам /ре-  
кламного агентства/

43. bingo card  
рекламная открытка, при-  
лагаемая к журналу, по  
ней читатель может зака-  
зать литературу или  
пробный образец товара,  
реклама которого помеще-  
на в издании

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

45. birdability  
редакционный материал,  
обладающий достаточной  
информационной ценнос-  
тью для передачи его по  
системе спутниковой свя-  
зи

46. Black Belt

"черный пояс" /южные  
районы США с преоблада-  
нием негритянского насе-  
ления/

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 из-  
делие /в розничной тор-  
говле/

52. body copy  
основной текст рекламно-  
го объявления

53. book-card  
книжка-открытка /исполь-  
зуется как рекламный су-  
венир 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 послевоенное десятилетие  
см. baby boomers

**56. borderline customer**  
"пограничный" покупатель /т.е. неустойчивый клиент/

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

**58. borrowed interest spot**  
рекламный телевизионный ролик, снятый по принципу "заимствованного интереса", т.е. таким образом, что его сюжетная линия кажется не относящейся к рекламируемому товару

**59. bounceback offer**  
торговое предложение, предполагающее повторную покупку с предоставляемой этим предложением скидкой /напр., купон на приобретение со скидкой очередной единицы товара/

**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/ стремящийся к приобретению марочного товара

**66. brand equity**  
ценность марочного товара /в глазах потребителя/

**67. brand-extension (branding)**  
присвоение фирмой новому товару уже существующей марки  
см. также franchise extension

**68. brand history**  
"биография" товарной марки

**69. brand image**  
образ марки /образ, закрепившийся за маркой в сознании потребителя/

**70. brand image campaign**

рекламная кампания по созданию образа марки

71. brand imagist  
приверженец теории образа марки

72. branding  
присвоение товару марки, товарного знака, а также торгового названия

73. brand-loyal  
/о покупателе/ приверженный марке

74. brand loyalty  
устойчивая приверженность /потребителя/ марке

75. brand manager  
управляющий по товарной марке /несет полную ответственность за стратегию рекламирования и маркетинга определенной марки/

76. brand mark  
символ марки /те элементы марки, которые нельзя произнести - рисунок, изобразительная символика/

77. brand name  
название товарной марки, а также сам марочный товар /та часть товарной марки, которую можно произнести, т.е. слова, буквы и цифры/

78. brand personality  
индивидуальность /"лицо"/ марки

79. brand preference  
/покупательское/ предпочтение к марке

80. brand product  
марочный товар

81. brand recognition  
узнаваемость марки, признание марки

82. brand switching  
поведение покупателей, характеризующееся постоянной сменой приобретаемых марок товара

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

84. breakdown approach  
способ определения потенциала сбыта компаний на основе общего экономического прогноза для данной сферы деловой активности

85. break-even point  
"критическая точка" /количество 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 случае, если он станет подписчиком какого-либо издания или членом клуба, напр., бесплатная грампластинка при вступлении в клуб любителей грамзаписи/

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

89. broadcast advertisement  
объявление радио- или телевещательной рекламы

90. broadcast ban  
запрет на передачу рекламы какого-либо товара по радио и телевидению /напр., табачных изделий/

91. broadcast distribution  
распространение вещательных программ

92. broadcast industry  
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 умножения этой цифры на число потенциальных покупателей

103. built-in product advantage  
присущее товару преимущество /перед аналогич-

ными 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. **B-B 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 предпринима-  
телей

см. B-B advertising

123. buy direct  
совершать прямую закуп-  
ку /без посредников/

124. buyer profile  
характеристики покупа-  
тельской группы

125. buying  
behaviour  
покупательское поведение

126. buying center  
"центр закупок" /группа  
ответственных лиц пред-  
приятия или организации,  
отвечающих за совершение  
операций по закупке то-  
вара/

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 дру-  
гой

132. buy the  
business  
осуществлять выход на  
новый рынок с ценами бо-  
лее низкими, чем сущест-  
вующие на нем, чтобы  
обойти конкурентов и  
привлечь покупателей /в  
розничной торговле/

## C

1. cable (cable TV)  
кабельное телевидение

2. call report  
отчетный документ о дея-  
тельности торгового ра-  
ботника и ответной реак-  
ции покупателей на эту  
деятельность

3. Cambell's Soup  
Position  
размещение рекламы на  
первой правой странице,  
непосредственно следую-  
щей за основными редак-  
ционными материалами,  
"выгодное размещение"  
/компания по производст-  
ву концентратов супов  
"Cambell Soup Co" часто  
пользуется именно таким  
размещением рекламных  
объявлений/

4. cannibalize  
проводить политику мар-  
кетинга, когда одна и  
та же фирма специально  
выпускает на рынок но-  
вую марку товара в той  
же товарной категории,  
в которой у нее уже есть  
зарекомендовавший себя  
на рынке товар, тем са-  
мым уменьшая спрос на  
него в пользу нового то-  
вара /обычно приводит к  
росту прибыли компании/

5. canvassing  
1/ определение общест-  
венного мнения путем оп-  
роса; 2/ сбор заказов

6. captive audience  
специально подобранная  
рекламная аудитория

7. car card  
рекламный планшет, устанавливаемый 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  
interviewer

счетчик переписи населе-  
ния

22. center-of-influ-  
ence method

методика выхода на новую  
клиентуру, использующая  
рекомендательные письма  
влиятельного лица

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

24. chain-order  
margin

доход, который получают  
от рекламной кампании,  
проводимой и финансируе-  
мой отделом прямого мар-  
кетинга, 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 исследо-  
ваний в области космето-  
логии

27. check-list  
вопросник

28. check-out  
counter

касса у выхода /в роз-  
ничном магазине/

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

30. Chief Execu-  
tive Officer

главный управляющий, ди-  
ректор-распорядитель  
фирмы  
см. CEO

31. choice  
location

исключительно выгодное  
место размещения /наруж-  
ной рекламы и т.п./

32. circular

специальная рекламная  
брошюра, обычно рассыл-  
аемая 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  
department

отдел распространения  
рекламы /в рекламном  
агентстве/

36. claimed  
feature

заявляемое свойство товара /в рекламе/

**37. classic**  
традиционный /для конкретного рынка/ товар

**38. classified**  
(classified ads)  
рубричная реклама в печатном издании  
см. classified advertisements.

**39. classified advertisements,**  
pl  
рубричная реклама  
см. classified

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

**41. closed-circuit**  
/о телепрограмме/ ограниченного приема /обычно передающаяся по кабельному телевидению/

**42. closed corporation**  
"закрытая" фирма /фирма, акции которой находятся в руках нескольких вкладчиков-директоров и не продаются на бирже/  
см. closely held corporation

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

**44. cluster**  
покупательская группа /определяется на основе

демографических или психографических параметров/

**45. clutter**  
"шум", многочисленные рекламные объявления, следующие один за другим /в телевизионной рекламе/

**46. coffin case**  
"гроб", длинная низкая морозильная камера-прилавков /в розничной торговле продовольственными товарами/

**47. cognitive dissonance**  
покупательская неудовлетворенность товаром /после совершения покупки/

**48. coined brand name**  
оригинальное /придуманное/ название торговой марки /напр., crisco/

**49. cold call**  
прием маркетинга, когда покупателю сразу же предлагается какая-то сделка, без предварительного "представления" продукции, "лобовой прием"

**50. column inch**  
дюйм печатного столбца, расчетная единица рекламного 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 Economic Assistance)

Совет Экономической Взаимопомощи, СЭВ

53. commercial  
рекламный ролик /на радио и телевидении/

54. commercial  
banner  
рекламный транспарант

55. commercial  
channel  
коммерческий канал /средств вещания/

56. commercial  
development  
1/ разработка новой продукции для продажи на свободном рынке; 2/ развитие производства в коммерческих целях

57. commercial  
interruption  
пауза в программе радио или телевидения для передачи рекламного объявления, рекламная пауза

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

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

60. commercializa-  
tion

одна из фаз разработки нового товара, заключающаяся в разработке программы производства и маркетинга, а также выделение бюджетных ассигнований на осуществление этой программы

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

явка 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 сюжет 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 /то-  
вара/

85. conglomerate  
"конгломерат", крупная  
корпорация, состоящая из  
компаний, занимающихся  
различными сферами дея-  
тельности /напр., компа-  
ния Ай-Ти-Ти-American  
Telephone & Telegraph,  
имеющая также гостиницы  
и страховые агентства/

86. consumer  
acceptance  
принятие /товара, идеи  
и т.п./ потребителем

87. consumer  
advertisement  
рекламное объявление на  
широкого потребителя

88. consumer  
behaviour  
потребительское поведе-  
ние

89. consumer confi-  
dence index  
показатель потребительс-  
кой уверенности /результ-  
ат ежеквартального ис-  
следования, проводимого  
Мичиганским университе-  
том США, объектом кото-  
рого является отношение  
потребителей к экономи-  
ческому положению в  
стране, инфляции и т.п.,  
которое сказывается на  
их покупательском пове-  
дении/

90. consumer  
goods fair

ярмарка товаров широко-  
го потребления

91. consumer goods  
advertiser  
рекламодатель товаров  
широкого потребления

92. consumer guide  
руководство для потре-  
бителей

93. consumer  
information  
информация для потреби-  
телей

94. consumer inte-  
rest group  
группа защиты интересов  
потребителей

95. consumerism  
1/ консюмеризм, идеоло-  
гия защиты интересов по-  
требителей; 2/ филосо-  
фия потребительства

96. consumer juri  
потребительское жюри

97. consumer list  
список потребителей

98. consumer  
marketplace  
потребительский рынок,  
картина потребительско-  
го рынка

99. consumer-  
oriented firm  
фирма, продукция или ус-  
луги которой рассчитаны  
на широкого потребителя

100. consumer pre-  
ferences, pl  
потребительские предпоч-  
тения

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

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 колебаний 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 общенациональных 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 от-  
правление рекламной про-  
дукции 2-х или более ре-  
кламодателей с соответ-  
ствующим разделением меж-  
ду ними почтовых расхо-  
дов /в прямой почтовой  
рекламе/  
см. co-op mailing

130. co-op mailing  
совместное почтовое от-  
правление  
см. cooperative mailing

131. coordinated  
visual identity  
совокупный зрительный  
образ /товара/

132. copy  
текст рекламного объяв-  
ления  
см. advertising copy

133. copy appeal  
основная идея рекламно-  
го текста

134. copy area  
площадь текстовой части  
рекламного объявления

135. copy-cat  
имитация товара  
см. clone

136. copy chief  
руководитель службы рек-  
ламных текстов в реклам-  
ном агентстве

137. copy delivery  
эффективность рекламно-  
го текста

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

139. copy writing  
текстовка, составление  
текстов рекламных объяв-  
лений

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

141. corporate  
brochure  
рекламный проспект фирмы

142. corporate  
culture  
кредо фирмы, ее "систе-  
ма ценностей"

143. corporate  
goal  
общефирменная цель

144. corporate  
identity  
фирменный стиль /включа-  
ет логотип, визитные  
карточки, буклеты, фир-  
менную упаковку и рекла-  
му, т.е. все визуальные  
компоненты, составляю-

щие 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. counter-  
marketing**  
контрмаркетинг /усилия производителя, конкурента или общественности, направленные на сокращение спроса на какой-то вид изделий, напр., алкогольные напитки или сигареты/

**155. counter-  
programming**  
/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**  
фотомodelь, 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 management**  
руководство творческой службой /в рекламном агентстве/

**170. creative-only agency**  
сугубо творческое рекламное агентство /т.е. агентство, не занимающееся исследованиями и размещением рекламы/

**171. creative people**  
творческие работники

**172. creative review committee**

редакционно-художествен-  
ный совет /рекламного  
агентства/

173. credit check  
проверка кредитоспособ-  
ности

174. critical mass  
"критическая масса" /ко-  
личество розничных торго-  
вых точек или объем рек-  
ламы, необходимый для  
привлечения внимания по-  
купателей 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 con-  
sumer category  
"перегруженный" товарный  
класс

178. Cumulative  
Audience  
Ratings  
/в радио- и телерекламе/  
суммарный зрительский  
/слушательский/ рейтинг  
/рассчитывается по коли-  
честву людей, смотревших  
или слушавших опреде-  
ленный отрывок передачи  
или рекламного ролика/

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  
environment  
условия эксплуатации то-  
вара у потребителя

181. customer  
following  
привлечение покупателей

182. customer  
loyalty  
покупательское пост-  
агентство

183. customer mix  
состав клиентуры

184. customer  
satisfaction  
удовлетворенность приоб-  
ретенным товаром

185. customer  
service  
обслуживание клиентов

186. custom-made  
/о товаре/ сделанный на  
заказ, индивидуально

187. custom  
premium  
денежное или товарное  
вознаграждение, которое  
получает покупатель в  
случае приобретения оп-  
ределенного 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 - уникаль-

ного 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 посредством повышения цен или сокращения средств на его рекламу и обслуживание/

### 15. demo (demonstration)

демонстрация, наглядный показ /товара/

### 16. demographics

демографические показатели, на основе которых происходит разделение



/сегментация/ рынка /такие как возраст, пол, семейное 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-кентукски"/

19. **detailing**  
детализация /товара/, подробная информация об использовании и свойствах товара

20. **Detroit Troika**  
"Большая тройка"  
см. Big Three

21. **development marketing**  
процесс превращения пассивного /потенциального/ спроса в активный

22. **differential brand advantage**  
отличительное преимущество марки

23. **differentiated merchandise**  
индивидуализированный товар

24. **diffusion of innovation**

распространение новинки /процесс освоения нового товара потребителем/

25. **direct headline**  
рекламный заголовок с прямым обращением

26. **direct mail**  
прямая почтовая реклама

27. **direct-mail advertisement**  
объявление прямой почтовой рекламы

28. **direct-mailing**  
отправление прямой почтовой рекламы

29. **direct-mail list**  
адресный список для прямой 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 мар-  
кетинга

39. discount store

магазин удешевленных  
/или недорогих/ товаров

40. diskery

/жарг./ фирма грамзаписи

41. display  
advertisement

объявление наглядно-ил-  
люстративной рекламы

42. display  
advertising

/печатная/ наглядная ре-  
клама /состоящая из тек-  
ста и иллюстраций, в от-  
личие от рубричной рек-  
ламы, 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 вит-  
рины, выкладки и т.п./

45. display card  
рекламный планшет

46. display crew  
бригада оформителей

47. display line  
выделительная строка /в  
печатном рекламном объ-  
явлении/

48. distribution  
center

центр дистрибуции;  
склад-база, предназна-  
ченный для быстрого рас-  
пределения товара по  
торговым точкам, а не  
для длительного хранения

49. distribution  
network

сеть распространения

50. distribution  
pattern

схема распределения

51. distributor

"дистрибьютор" /посред-  
ник, по контракту с  
производителем занимаю-  
щийся дистрибуцией това-  
ра/

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, следовавшая 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-производителя и поставкой товара с фирмы-производителя заказчиком/

**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 конкурирую-  
щих товаров /о новом то-  
варе/

3. early majority  
раннее большинство /люди,  
воспринимающие новый то-  
вар раньше среднего поку-  
пателя, но после новато-  
ров и ранних последовате-  
лей/

4. editorial-  
-advertising mix  
сочетание редакционных и  
рекламных материалов

5. educational  
toys, pl  
"обучающие" игрушки, иг-  
рушки с элементом позна-  
вательности

6. effective  
buying income  
фактический покупатель-  
ный доход /личный доход  
после уплаты налогов/

7. Effie  
эффи /приз, ежегодно  
присуждаемый Американс-  
кой ассоциацией маркетин-  
га за лучшую рекламную  
кампанию/

8. Electronic Data  
Interchange  
система обмена компью-

терной информацией  
см. EDI

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

10. electronic  
media  
электронные средства  
массовой информации /ра-  
дио, телевидение и ви-  
деомагнитофоны/

11. employee  
magazine  
фирменное издание для  
собственных рабочих и  
служащих

12. end-aisle  
display  
рекламные планшеты, ус-  
тановленные по краям  
торговых рядов в магази-  
не самообслуживания /вы-  
годное место для "рекла-  
мы 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 машинострои-  
тельная ярмарка

17. entrant  
выступающий на рынке  
впервые, впервые выходя-  
щий на рынок

18. entry  
новинка на рынке /о то-  
варе/

19. entry form  
бланк для участия в ка-  
ком-то рекламном меро-  
приятии /лотерее и т.п./

20. Enviro-Spray  
System  
новая технология изготов-  
ления негорючих экологи-  
чески чистых аэрозолей

21. environmentally  
safe (product)  
экологически чистый /то-  
вар/  
см. envirosafe

22. envirosafe  
(product)  
экологически чистый /то-  
вар/  
см. environmentally  
safe (product)

23. escalating  
refund offer  
торговое предложение о  
выплате денежного возна-  
граждения "по нарастаю-  
щей", то есть в объеме,  
увеличивающемся с каждой  
очередной покупкой това-  
ра

24. established  
product  
зарекомендовавший себя  
на рынке товар

25. event management  
организация специальных  
мероприятий в обществен-  
ной жизни для создания  
привлекательного образа  
фирмы в глазах потреби-  
телей

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

27. executive gift  
подарок от фирмы ответ-  
ственному работнику фир-  
мы-заказчика

28. exhibition  
goods, pl  
образцы товаров для выс-  
тавки, выставочные об-  
разцы

29. exit poll  
опрос зрителей после  
просмотра кинофильма

30. exclusivity  
исключительное право  
/предоставляется теле-  
компанией рекламодателю  
и заключается в том,  
что его товар единствен-  
ный из этой товарной ка-  
тегории рекламируется в  
определенной телепрог-  
рамме/

31. exposure  
воздействие; контакт со  
средствами рекламы и са-  
мой рекламой

32. exposure  
opportunity

вероятность рекламного  
контакта

## F

1. **fad**  
фетиш, массовое увеличе-  
ние чем-либо

2. **Fair Trade Acts**  
Кодекс честной конкурен-  
ции /регулировал уровень  
цен в период "Нового кур-  
са" Ф.Рузвельта/

3. **family brand**  
"семейная" марка /когда  
все или большинство то-  
варов 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 закусок-  
ных

9. **feature mention**  
упоминание о товаре во  
внутримагазинной рекламе

10. **field**  
обрабатывать /напр., от-  
веты анкеты и т.п./ /в  
исследованиях маркетин-  
га/

11. **field  
procedure**  
порядок работы с клиен-  
тами на местах

12. **finger foods**  
пищевые продукты, кото-  
рые можно есть руками.  
/сегмент рынка пищевых  
товаров/

13. **finished art**  
готовое художественное  
оформление рекламного  
объявления

14. **flagship**  
"флагман" 1/ первый поя-  
вившийся магазин в сети  
розничных магазинов;  
2/ первый выпущенный фир-  
мой 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 фор-  
мы" или реклама "флекс-  
форм"

19. **flysheet**  
рекламная листовка

20. **focus group**  
"фокус-группа", /группа  
лиц в 8-12 человек, оп-

рашиваемых 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, предоставляемое 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 исследований до размещения рекламы в средствах массовой информации/

46. fulfilment house  
отдел фирмы, отвечающий за выполнение обязательств перед покупателями при проведении программ по стимулированию сбыта /или самостоятельная фирма, оказывающая услуги такого рода/



# G

1. garment center  
швейный район /район в  
Нью-Йорке /или другом го-  
роде/, где сосредоточено  
большое количество пред-  
приятий по выпуску гото-  
вого платья/  
см. garment district

2. garment  
district  
швейный район  
см. garment center

3. gatefold  
advertisement  
рекламное объявление,  
помещенное на обороте  
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 maga-  
zine

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

8. general mail-  
-order firm

фирма посылочной торгов-  
ли с широким ассортимент-  
ом товаров

9. generic product  
товар-представитель то-  
варного класса

10. generics  
немарочные товары

11. get-in  
/полиграф./ вгонка строк  
или букв за счет умень-  
шения междусловных про-  
белов, замены слов более  
короткими и т.п.

12. gift division  
отдел фирмы, занимающий-  
ся рекламной продукцией  
для программ стимулиро-  
вания сбыта

13. gift item  
сувенирный товар /рас-  
пространяемый фирмой-  
рекламодателем в каче-  
стве рекламы/

14. giftware  
подарочные товары

15. giveaway  
рекламный приз, сувенир

16. global  
marketing  
"глобальный маркетинг",  
маркетинг во всемирном  
масштабе без учета наци-  
ональных особенностей  
отдельных стран /в отли-  
чий от "international  
marketing", учитывающе-  
го эту специфику/

17. gondola  
/разг./ торговый ряд в

розничном магазине само-  
обслуживания

18. grading factor  
признак сортности

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

20. gross markup  
розничная наценка /раз-  
ница между оптовой и роз-  
ничной ценой товара/

21. growth  
industry  
бурно развивающаяся от-  
расль промышленности

22. grumpie  
(grown-up  
mature person)  
/жарг./ взрослое населе-  
ние

## Н

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

2. hands-on,  
how-to seminar  
рекламный семинар с де-  
монстрацией 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 на-  
вязывающая свой товар  
потребителю

5. heavy buyer  
постоянный активный по-  
купатель

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 про-  
дукции /о продукции ка-  
кой-то производственной  
сферы/

9. high-profile  
company  
фирма с хорошей репута-  
цией, интенсивно веду-  
щая рекламную кампанию

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

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

12. historical  
data  
данные о результатах  
предшествующих реклам-  
ных кампаний и мероприя-  
тий 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 стои-  
мости автомобиля, выпла-  
чиваемый производителем  
дилеру после его продажи  
в розничной торговле /од-  
но из средств стимулиро-  
вания 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 катего-  
рии/

19. horizontal  
merger  
слияние двух или более  
фирм в одной сфере про-  
изводства, работающих на  
один рынок; "горизонталь-  
ное слияние"

20. hot button  
"красная кнопка" /безот-  
казный прием в рекламе,

гарантирующая успех так-  
тика маркетинга/

21. house list  
адресный список постоян-  
ных клиентов фирмы, ко-  
торым рассылается рекла-  
ма /в прямой почтовой  
рекламе/

22. house magazine  
фирменный журнал

23. household  
/демогр./ домохозяйство;  
семья как самостоятель-  
ная хозяйственная едини-  
ца

24. household  
penetration  
внедрение в домашнее по-  
требление /измеряется в  
процентах/ /о товаре/

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

26. hypermarket  
большой торговый комп-  
лекс

## I

1. identifying  
feature  
отличительный признак  
/товара/  
см. также salient fea-  
ture

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  
какого-либо товара /в  
розничной торговле/

5. image marketing  
использование знаменитос-  
тей для рекламы товара,  
"Имидж маркетинг"

6. incentive  
рекламная приманка, пред-  
лагаемая покупателю бес-  
платно при приобретении  
другого, более дорого-  
стоящего товара; торго-  
вый приз

7. incentive  
overlay  
дополнительная /к основ-  
ной/ программе стимулиро-  
вания сбыта /напр., про-  
ведение лотереи в допол-  
нение к программе выпла-  
ты денежного вознагражде-  
ния за покупку/

8. incentive  
program  
программа конкретных ме-  
роприятий по стимулирова-  
нию сбыта

9. independent  
store  
автономный магазин; осу-  
ществляющий свои торго-  
вые операции как одна  
торговая точка /в отли-

чие от chain store/  
см. chain store

10. indirect  
headline  
рекламный заголовок с  
завуалированным обраще-  
нием

11. industrial  
advertisement  
рекламное объявление на  
сферу промышленного  
производства

12. industrial  
advertiser  
рекламодатель на сферу  
промышленного производ-  
ства

13. individual  
advertising  
реклама от имени частно-  
го лица

14. industrial  
goods  
товары промышленного  
назначения

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

16. industrial  
specialty  
catalogue  
специализированный про-  
мышленный каталог

17. information  
float  
время, которое необходи-  
мо, чтобы доставить ка-  
кое-либо 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, продаваемой 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, вклейка /в печатное издание или упаковку товара/

23. **inserts, pl**  
одно из средств привлечения внимания телезрителей, заключающееся в "оформлении" рекламного ролика какой-то интересной информацией /напр., мини-викторина, когда вопрос задается перед рекламой, а ответ на него звучит после нее/

24. **inset**  
рекламный вкладыш или вклейка /в печатное издание/

25. **in-shelf display**  
рекламный планшет для

размещения на полке в магазине

26. **installed base**  
пользователи компьютера-ми, связанные с определенной фирмой для дальнейших покупок /программного обеспечения или дополнительных устройств к компьютерам/

27. **instant product prize**  
приз, вручаемый покупателю на месте покупки

28. **instant-win game**  
моментальная лотерея /участник тотчас же получает приз/

29. **institutional campaign**  
кампания престижной рекламы

30. **in-store display**  
внутримагазинная экспозиция

31. **in-store promotion**  
мероприятия по стимулированию сбыта, проводимые в магазине

32. **instruction-recipe booklet**  
инструкция по эксплуатации кухонного оборудования, в которой даются рецепты приготовления блюд

33. **integrated plan**

сводный /комплексный/  
план

34. interviewer  
интервьюер; лицо, прово-  
дящее опрос

35. introduction  
выведение на рынок

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

37. investment  
introduction  
выведение товара на ры-  
нок с помощью инвестиций

38. ussue ad  
"специальное рекламное  
сообщение"; обращение в  
средствах массовой инфор-  
мации, финансируемое ка-  
кой-либо фирмой по проб-  
леме, представляющей об-  
щественный интерес

39. item  
ходовой товар /в рознич-  
ной торговле/

40. item  
advertising  
реклама конкретного то-  
вара

41. item business  
специализация на произ-  
водстве одного вида то-  
вара

## J

1. jingle  
рекламный куплет

2. joint  
exposition  
совместная экспозиция

3. jumbo  
"семейная", для большого  
запаса /о размере упа-  
ковки/

## K

1. keeper  
приз, вознаграждение,  
которое потенциальный  
покупатель имеет право  
оставить у себя незави-  
симо от того, совершит  
ли он покупку товара  
/обычно при подписке на  
что-либо/

2. key customer  
основной клиент

3. keystoning  
назначение розничной це-  
ны путем автоматическо-  
го удвоения оптовой це-  
ны  
см. также triple keysto-  
ning

4. key talent  
крупная творческая фигу-  
ра  
см. above the line

5. kidvid  
"детское видео" /теле-  
программы и видеокассе-  
ты, предназначенные для  
детей/

6. knock off  
дешевая копия дорогого  
фирменного товара /осо-  
бенно в индустрии гото-  
вого платья/

## L

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

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

3. Lady of the  
House  
"домашняя хозяйка" /це-  
левой рынок сбыта для  
хозяйственных и космети-  
ческих товаров/

4. laggard  
потребитель, воспринимаю-  
щий новый товар в послед-  
нюю 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 при-  
знает товар достойным  
приобретения/

8. launch  
1. выпуск нового товара  
на рынок /т.е. его рек-  
лама, программа меропр-  
ятий 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 по-  
ставщика в розничный ма-  
газин и т.п./

11. leaflet  
тонкая рекламная брошю-  
ра

12. legal check  
проверка юридической  
правомерности /законнос-  
ти/ рекламного предложе-  
ния

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

14. lettershop  
"почтовая контора", спе-  
циальное учреждение  
/фирма/, занимающееся  
техническими вопросами  
пересылки почтовой кор-  
респонденции /в прямой  
почтовой рекламе/

15. lifestyle  
образ жизни /сумма демо-  
графических и психогра-  
фических характеристик  
различных групп потреби-  
телей/

16. lifestyle  
segmentation  
сегментирование рынка  
на основе демографичес-  
ких и психографических  
критериев, представляю-

щих 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 родственных товаров /выпуск новой разновидности/

22. list  
список рассылки, рассылочный список /в прямой почтовой рекламе/  
см. также mail list, mailing list

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

24. list company  
фирма-поставщик адресных списков  
см. addressing company

25. list-compiling firm  
фирма-составитель адресных списков

26. list rental  
предоставление фирмой

своего адресного списка другой фирме для однократного использования, "в аренду"

27. listenership  
слушательская аудитория

28. listing fees, pl  
плата за рекламные услуги, взимаемая универсалами с оптовых торговцев /за услуги по стимулированию сбыта товара через универсала - реклама внутри магазина, помещение рекламных объявлений в газете и т.д./

29. Little America Method  
метод определения эффективности рекламной кампании в общенациональном масштабе по результатам ее проведения в местных условиях /на небольших рынках/

30. Little Sisters, pl  
известные массовые женские журналы в США ("Self", "Working Mother", "Working Woman" и "Ms. Savvy"); "сестрички"

31. living habit  
образ жизни

32. load up  
"нагрузка"; прием сбыта, используемый в так называемых книжных и музыкальных клубах, когда покупателю, приобретающему две или три книги



или пластинки из серии  
автоматически высылаются  
остальные выпуски, с еже-  
месячным счетом за них

33. logo  
логотип; графический  
знак фирмы или организа-  
ции

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

35. loose inset  
рекламный вкладыш /в пе-  
чатное издание/

36. loss leader  
товар, специально прода-  
ваемый 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 це-  
лом/

2. made for  
/жарг./ кинофильм, сня-

тый для показа сначала  
по телевидению

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

4. Madison Avenue  
Мэдисон-авеню  
см. Ad Alley

5. magalog (magazine  
+ catalogue)  
журнал-каталог, исполь-  
зуемый фирмами посылоч-  
ной торговли, в который  
включены рекламные объ-  
явления фирм, продукция  
которых не представлена  
в каталожной рубрике

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

7. mailgram  
письмо-телеграмма /ком-  
бинированное телеграфно-  
почтовое отправление,  
передаваемое по телегра-  
фу в ближайшее к адреса-  
ту 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 по-  
сылочной торговли

12. mail-order  
catalogue  
каталог посылочной тор-  
говли

13. mainstay  
постоянно присутствующий,  
постоянно используемый  
/напр., marketing main-  
stay - средство, постоян-  
но используемое в марке-  
тинге/

14. maintained  
mark-on  
постоянная наценка /раз-  
ница между стоимостью  
доставляемых в розничный  
магазин товаров и их роз-  
ничной ценой/

15. make-good  
компенсаторный прокат  
рекламных роликов, осу-  
ществляемый телекомпани-  
ей бесплатно как покры-  
тие полностью или частич-  
но невыполненных обяза-  
тельств перед рекламода-  
телем

16. make-or-buy  
decision  
решение фирмы о произ-  
водстве собственного то-  
вара определенного произ-  
водственного назначения,  
или закупки его у других  
фирм

17. maker  
фирма-изготовитель  
/обычно в сложных сло-

вах, таких как car maker  
и т.д./

18. management  
consulting  
консалтинг по менеджмен-  
ту /платные услуги, пре-  
доставляемые независи-  
мыми лицами или фирмами,  
имеющие своей целью ока-  
зать помощь в решении  
проблем управления произ-  
водством или организаци-  
ей/

19. management  
development  
курсы повышения квалифи-  
кации руководящего звена  
управления

20. management game  
деловые игры, используе-  
мые как средство обуче-  
ния приемам управления

21. management  
process school  
современная школа менедж-  
мента, построенная на  
анализе управленческих  
функций /планирования,  
контроля и организации  
производственных процес-  
сов/

22. management  
trainee  
стажер на фирме /менед-  
жер-стажер/

23. manit  
/единица измерения/ од-  
на человеко-минута про-  
изводства

24. manual  
справочник /перечень не-  
обходимой для конкретной

области деловой активности информации, инструкций, прайслигов и т.д./

**25. manufacturer coupon**

товарный купон, выпускаемый "фирмой"-производителем 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 покуп-

ки 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 concellation**

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**

I/ 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 задачами 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 това-  
ров, в особенности сель-  
скохозяйственной продук-  
ции. Они объединяют боль-  
шое число мелких произво-  
дителей и являются по-  
средником при перегово-  
рах с немногочисленными  
оптовыми закупщиками/

55. marketing  
concept  
философия маркетинга  
см. broad business phi-  
losophy

56. marketing  
cost analysis  
анализ маркетинговых за-  
трат /т.е. затрат с мо-  
мента производства гото-  
вой продукции до ее по-  
ставки конечному потре-  
бителю и получения опла-  
ты/

57. marketing-domi-  
nated strategy  
стратегия менеджмента,  
ставящая во главу угла  
потребительский спрос;  
ориентированная на мар-  
кетинг

58. marketing  
functions, pl  
функция маркетинга: по-  
купка, продажа, доставка,  
складирование, сортиров-  
ка, стандартизация, фи-  
нансирование, принятие  
ответственности за риск  
и сбор информации

59. marketing infor-  
mation system  
система маркетинговой  
информации /вся система  
сбора, анализа, хранения  
и распространения инфор-  
мации, имеющей непосред-  
ственное отношение к  
маркетингу, используемая  
данной фирмой/

60. marketing  
intelligence  
маркетинговая разведка  
/часть системы маркетин-  
говой информации, касаю-  
щаяся сбора данных о по-  
следних достижениях в  
интересующей фирму об-  
ласти/

61. marketing  
management  
менеджмент маркетинга  
/планирование, управле-  
ние и контроль всех мар-  
кетинговых операций, в  
том числе постановка за-  
дач маркетинга, разработ-  
ка программы и стратегии  
маркетинга, закрепление  
за этими программами оп-  
ределенного персонала,  
супервайзинг маркетинго-  
вых операций и контроль  
исполнения/

**62. marketing-  
manship**

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 rese-  
arch information**

данные исследования маркетинга

**66. Marketing Scien-  
ce Institute**

Институт маркетинговых исследований /США, Кембридж, штат Массачусетс/ 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 маркетин-

га 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/

**72. market  
penetration**

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

**71. market  
outline**

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

**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 покупа-

теле 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, занимающийся определенной группой товаров и предоставляющий информацию о них покупателям магазинов, которыми владеет или управляет фирма/

77. market research  
исследования 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 различных фирм /с целью сэкономить на почтовых расходах/  
см. также network mail

88. mashion (mass + fashion)  
/жарг./ массовая мода с претензией на "дизайнерское" исполнение /такие фирмы, как Gloria Vanderbilt, Jordache, Sasson/

89. mass-circulation magazine  
массовый журнал

90. mass-market  
широкого спроса, массовый /о товаре/

91. mass marketing  
массовый маркетинг /метод продажи крупных партий товара любому покупателю. Обычно применяется в супермаркетах и розничных магазинах, торгующих по сниженным ценам/

92. mature industries, pl  
"престарелые" отрасли производства, спрос на продукцию которых не имеет тенденции к росту,

или использующие устаревшие методы производства

93. Mc Kittrick  
"Маккитрик" /ежеквартальное справочное издание, дающее список всех рекламодателей и их рекламных агентств США/  
см. также McK

94. mechanical  
технический макет /в печатной рекламе/

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

96. media advertising  
реклама в средствах массовой коммуникации

97. media advertising expenditures  
затраты на рекламу в средствах массовой информации

98. media analysis  
анализ средств рекламы /изучение возможных подходов к организации рекламной кампании в средствах массовой информации, направленной на широкую или специализированную аудиторию/

99. media audiences, pl  
аудитория средств массовой информации

100. media buy  
покупка места и времени в средствах рекламы



101. media buyer  
рекламный агент, занимающийся покупкой рекламного места и времени 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 планшето-  
тов и др./

**117. merger**  
слияние, поглощение одной фирмы другой /при этом сохраняется название и структура фирмы, погло-  
тившей более слабую фирму/

**118. merge/purge**  
операция на компьютере, целью которой является обновление почтовых спис-  
ков /исключение опреде-  
ленных адресов, введение  
новых адресов и т.д./ /в  
прямой почтовой рекламе/

**119. message  
environment**  
контекст рекламного об-  
ращения

**120. me-too**  
/жарг./ слияние неболь-  
шой фирмы с крупной  
см. также minimerger

**121. metro area  
(metropolitan  
area)**  
метрополисный ареал

**122. metropolitan  
newspaper**  
метрополисная газета

**123. micromarketing**  
микромаркетинг /изучение

процессов экономическо-  
го обмена в конкретных  
фирмах/  
см. macromarketing

**124. microwaveable**  
предназначенный для при-  
готовления в микроволно-  
вой печи /о пищевых про-  
дуктах/

**125. mid-range  
market**  
рынок потребительских  
товаров средней стоимос-  
ти

**126. middle-of-the-  
line merchan-  
dise**  
товар среднего качества,  
добротный товар

**127. Milline Rate  
Formula**  
методика сопоставления  
стоимости рекламы в раз-  
личных газетах /стои-  
мость за рекламную стро-  
чку делится на тираж из-  
дания и умножается на  
1 млн./

**128. minimerger**  
слияние небольшой техни-  
ческой фирмы с крупной  
компанией  
см. me-too

**129. mislabeling**  
неправильная маркировка

**130. misredemption**  
неправильное погашение  
/купонов/

**131. missionary  
selling**  
"миссионерство" /исполь-

зование 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 репортажей с места событий /в телевизионной рекламе/

135. moderate buyer  
средний покупатель  
см. medium buyer

136. model stock  
образцовый запас товаров /необходимое количество необходимых товаров в нужном месте в нужное время/

137. mom and pop outlets, pl  
семейные магазины /обычно небольшие торговые точки, обслуживаемые силами одной семьи, имеющей ограниченный капитал/

138. money center bank  
крупный коммерческий банк

139. motor freight  
автомобильный груз /товары, транспортируемые автомобильным транспортом/

140. move product  
"двигать" товар, увеличивать его сбыт посредством рекламы и мероприятий по стимулированию сбыта

141. move-up buyers  
домовладельцы, стремящиеся к более роскошным и просторным жилищам

142. multinational corporation  
межнациональная корпорация /корпорация, участвующая в международной производственной и коммерческой деятельности, которая производит, продает, рекламирует свои товары в различных странах мира/  
см. MNC

143. multipack  
мультипак /контейнерная упаковка, содержащая несколько единиц индивидуально упакованного товара/

144. multiple brands, pl  
множественные марки /различные марочные названия, используемые фирмой-производителем для одного товара с целью расширить рынок сбыта/

145. multiple pricing  
предоставление скидки с цены в случае приобретения нескольких единиц товара

146. multiunit  
organization  
новое название для  
"chain store"  
см. chain store

147. muppies  
(middle-aged  
urban profes-  
sionals)  
"яппи" среднего возраста  
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, используе-  
мой при изготовлении маг-  
нитной ленты/

## N

1. name plate  
именная фирменная плашка

2. name slug  
"именная строка"; под-  
пись или логотип рекламо-  
дателя

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 /рекламо-  
дателем является произво-  
дитель или оптовый торго-  
вец в отличие от рознич-  
ного или местного торгов-  
ца/

6. national brand  
общенациональная марка;  
марочный товар, распро-  
страняемый через широкую  
сеть розничной торговли  
/в отличие от private  
brand - "частной марки"  
- принадлежащей опреде-  
ленному дистрибьютору или  
розничному торговцу/

7. national  
penetration  
внедрение на рынок в об-  
щественном 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 товаре/; /товар помещенный внутри упаковки другого товара /чаще всего рекламный сувенир//

**13. Net Rating Point**  
единица рейтинга /один процент общей потенциальной "чистой" аудитории/ 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 радиокомпании 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  
невзрослое 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 доходов потребителя при неизменной 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- лара/

см. также pshychological pricing

### 4. off-price

retailers, pl

представители специали- зированной розничной торговли, продающие ма- рочные товары по цене на 20-60% ниже их стоимости по прейскуранту фирмы- производителя. Быстро растущая с 80-х годов об- ласть торгового бизнеса, вызывающая недовольство других розничных торгов- цев

### 5. offshore

"заморский" /о любых де- ловых операциях американ- ских фирм за пределами США/

### 6. oligopoly

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

### 7. on-air

эфирный, в эфире

### 8. "on-body"

signage

реклама компании на спортивной форме команд

### 9. one-call closers

коммивояжеры, имеющие обыкновение заключать торговую сделку при пер- вом же визите

### 10. one-step

(marketing)

одноступенчатый /марке- тинг/ /прямое совершение сделки купли-продажи по телефону, через использо- вание купона или по поч- те, в которой положитель- ным ответом на торговое предложение является акт покупки или подписки на что-то/

### 11. one-time rate

одноразовая расценка /расценка, по которой рекламодатель оплачивает время и место в средст- вах рекламы при покупке

их небольшого объема,  
недостаточного для полу-  
чения "оптовой" скидки/

12. on order  
(of goods)

заказанный /товар/; /то-  
вар/ оплаченный, но еще  
не полученный покупате-  
лем

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

14. open-contract-  
plus-commission  
plan

метод открытого контрак-  
та в сочетании с комис-  
сионным вознаграждением

15. open-end  
contract

открытый контракт /конт-  
ракт между поставщиком и  
покупателем, в котором  
поставщик берет на себя  
обязательство выполнять  
требования клиента в те-  
чение оговоренного в  
контракте срока, при  
этом сами эти требования  
не оговариваются/

16. opening  
"премьера", первый показ  
новой серии товара в но-  
вом сезоне /одной фирмой  
-производителем или всей  
отраслью промышленности/

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

18. open outcry  
рынок "крикунов" /обычно  
при продаже сельскохо-  
зяйственной продукции/  
см. outcry market

19. open rate  
подвижная расценка /рас-  
ценка, зависящая от при-  
обретаемого рекламодате-  
лем объема места и време-  
ни в средствах рекламы/

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  
frequency  
частота размещения зака-  
зов

26. orgman (organi-  
zation man)  
функционар



27. outcry market  
рынок "крикунов" /заключение контрактов частными 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 наружной рекламы

30. outdoor appliance  
электробытовые приборы для использования на открытом воздухе

31. outdoor poster  
плакат наружной расклейки

32. outgo  
затраты, связанные с поддержанием деловой активности фирмы

33. outlay  
затраты

34. outlay costs, pl  
денежные затраты, связанные с производством и транспортировкой товара /или предоставлением услуг/

35. out-of-home media  
средства наружной рекламы

см. outdoor advertising

36. out of stock  
/о товарах/ запасы которых в магазине исчерпаны

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

38. overall  
(overall deal)  
всеобъемлющая сделка, когда дистрибьютор вначале финансирует, а затем получает все права на владение идеями, сценарием или другой продукцией отдельного лица или небольшой творческой фирмы

39. overexpose  
избыточно рекламировать товар

40. overfull demand  
повышенный спрос на товар

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 выполнить 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 радио-или телесериалы, которые за круглую сумму предлагают вещательные компании 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 потребительского 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 специа-  
листа рекламы Р.Ривса/

19. penetration  
check  
проверка степени внедре-  
ния

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

21. personal  
interviewer  
лицо, ведущее личный оп-  
рос

22. personalized  
magazine  
журнал, состоящий из раз-  
личных рубрик, подбирае-  
мых 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 роли-

ков, идущих один за дру-  
гим /в радио- и телерек-  
ламе/  
см. clutter

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

29. point-of-pur-  
chase 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 закре-  
плению за ней этого мес-  
та на рынке

33. poster  
постер; рекламный плакат

34. poster board  
плакатный щит, плакатная  
панель

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

36. preemptive  
marketing  
"предвосхищающий" марке-

тинг /рекламирование товаров, еще не выпущенных на рынок, с целью отвлечь внимание потребителей 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. prepak

**44. prepak**

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 ценообразовании на товары определенной сферы производства/

56. price line  
категория цен /о товарах, сгруппированных по признаку одинаковой цены/

57. price/value perception  
соотношение цена/стоимость товара в сознании покупателя

58. primary package  
первичная упаковка; упаковка, непосредственно соприкасающаяся с товаром

59. prime time  
время-пик на радио и телевидении /когда наибольшее число людей смотрит и слушает передачи; самое дорогое для размещения рекламы/

60. print advertisement  
рекламное объявление в печати

61. print campaign  
рекламная кампания средствами печатной рекламы

62. printed novelty  
печатный сувенир

63. print media  
средства печатной рекламы

64. private brand  
марка торгового посредника  
см. dealer's brand

65. private label  
марка торгового посредника  
см. dealer's brand

66. private warehouse  
частная торговая база; база, принадлежащая и используемая одной фирмой канала дистрибуции

67. producer goods  
товары промышленного назначения; товары, используемые при производстве других товаров

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

69. product demonstration  
наглядный показ товара

70. product development  
создание /разработка/ товара

71. product feature  
характеристика, свойство 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  
lifecycle  
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 /постоян-  
ными 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, телевидении/

**93. projected audience**  
расчетная аудитория /в рекламе/

**94. promo (promotion)**  
в значении конкретного мероприятия по стимулированию сбыта

**95. promotion**  
стимулирование сбыта; рекламирование с целью повышения интереса потребителей к определенному товару

**96. promotional allowance**  
денежные средства, предоставляемые фирмой-производителем фирме-посреднику на проведение мероприятий по стимулированию сбыта товара; скидка

**97. promotional item**  
изделие, используемое в кампании по стимулированию сбыта

**98. promotional visor**

рекламный планшет /на месте продажи/  
см. также visor

**99. promotools, pl**  
средства стимулирования сбыта /рекламные объявления, рекламные почтовые отправления, демонстрации товара, каталоги и др./

**100. proof-of-purchase**  
см. proof-of-purchase seal

**101. proof-of-purchase label**  
место на упаковке, где размещается знак подтверждения покупки товара  
см. proof-of-purchase seal

**102. proof-of-purchase seal**  
знак подтверждения покупки товара /обычно размещается на упаковке/

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

**104. proprietary goods**  
запатентованные товары, право продажи или производство которых принадлежит какой-либо одной фирме

**105. psychographics**  
сегментирование демографических групп потребителей по таким характе-

ристикам, как образ жизни, привычки, социальный статус и т.д.

106. psychological pricing  
присвоение товару "не-круглой" цены  
см. odd-pricing

107. Public Advisory Committee for Trademark Affairs  
Общественный консультативный комитет по делам о товарных знаках /США/

108. public-interest advertisement  
рекламное объявление по актуальным вопросам, затрагивающим интересы широкой общественности

109. publicity campaign  
рекламно-пропагандистская кампания

110. publicity department  
отдел рекламы и пропаганды /на фирме-изготовителе/

111. public relations advertisement  
объявление "престижной" рекламы, рекламы "паб-лик релейшнс"

112. public relations department  
отдел "престижной" рекламы /на фирме-производителе/  
см. p.r. department.

113. public relations expert  
эксперт по организации общественного мнения

114. public service advertisement  
рекламное объявление в виде обращения к общественности

115. public warehouse  
общественная товарная база /база, оказывающая услуги нескольким фирмам/

116. pulling power  
"сила" объявления; эффективность рекламного объявления

117. punch line  
ударная фраза /в рекламном объявлении/

118. purchase incentive  
рекламная продукция /сувенир/, используемая в программе мероприятий по стимулированию сбыта

119. purchasing capacity  
покупательная способность

120. purchasing pattern  
особенности приобретения какого-либо товара /частота, регулярность и т.п./



## Q

1. **qualified acceptance**  
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, специализирующийся на поставках товаров повседневного спроса

2. **radio buy**  
покупка времени на радио для трансляции рекламы

3. **radio merchandising program**  
программа мероприятий по стимулированию сбыта определенного товара, проводимая посредством радиообъявлений

4. **radio rep firm**  
см. **radio representation firm**

5. **radio representation firm**  
посредническая фирма, оказывающая услуги по размещению рекламных объявлений в радиоэфире

6. **rag business**  
"тряпичный" бизнес; индустрия готового платья

7. **rate card**  
прейскурант /в средствах рекламы/

8. **ratings company**  
рейтинговая фирма; выводящая оценочные коэффициенты теле- и радиопрограмм

9. **reach**  
охват /теле- или радиоаудитории/ средством рекламы

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

11. **reach potential**  
потенциал охвата /средствами рекламы/

12. **reader profile**  
анализ состава читателей /определенного издания/

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

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

15. reason-why  
advertising  
аргументирующая реклама

16. rebate  
одноразовое денежное вознаграждение при покупке дорогостоящего товара /напр., автомобиля/ /в программе стимулирования сбыта/

17. rebate offer  
предложение скидки с цены

18. red label  
красный ярлык /маркировка воспламеняющихся грузов при их транспортировке/

19. refund  
денежное вознаграждение при покупке, удостоверяемой предъявлением "proof-of-purchase" /в программе мероприятий по стимулированию сбыта/

СМ. proof-of-purchase

20. refund check  
счет к оплате за покупку, возвращенную покупателем в магазин

21. regional buying  
preference  
региональные покупательские 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" идущего на спад товара посредством новой рекламной кампании или рекламирование его на новом 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 representative

32. retail chain  
сеть розничных магазинов /одной фирмы/

33. residential  
customer

клиент, живущий в границах торговой зоны продавца

34. response  
measure

замер ответной реакции

35. retail  
advertisement

объявление розничной рекламы

36. retail  
advertiser

рекламодатель розничной торговли

37. retail  
distribution

распространение в розницу, через розничную торговлю

38. retailer tag  
сообщение розничного торговца в конце рекламного ролика основного рекламодателя о месте и условиях продажи рекламируемого товара /в теле- и радиорекламе/

39. retail field

розница

40. retailing  
institution

розничное торговое предприятие

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

42. return  
privilege

договоренность с поставщиком о возврате неизрасходованной части товара /обычно рекламных призов/

43. ribbon  
branding

ленточная маркировка

44. rig  
комбинированный грузовик; трактор и автофургон

45. roll out  
выпускать на рынок, начинать активную продажу /о товаре/

46. rollout  
появление новых товаров на рынке

47. runaway brand  
марочный товар, с большим отрывом лидирующий на рынке

48. run-of-paper  
цвет "от газеты", однопрогонная многокрасочная 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 development program  
программа мер по увеличению продажи товара

6. sales leads, pl  
"подсказки", целеуказания на потенциальных покупателей

7. sales manager  
управляющий службой сбыта

8. sales massage  
торговое обращение

9. sales opportunity  
возможность сбыта

10. sales promotion  
кампания мероприятий по стимулированию сбыта /реклама в местах продажи, бесплатные образцы товара, рекламные призы, купоны и т.д./

11. sales promotion budget  
смета расходов на мероприятия по стимулированию сбыта

12. sales representative  
торговый агент, коммивояжер  
см. representative

13. salient feature  
отличительный признак  
см. identifying feature

14. sampling campaign

рекламная кампания по распространению пробных образцов нового товара

15. sampling introduction  
выведение товара на рынок с помощью распространения бесплатных образцов

16. sampling operation  
процесс составления выборки

17. sampling plan  
план выборочного обследования

18. saturation campaign  
кампания по насыщению рынка определенным товаром

19. saturation couponing  
кампания насыщения с распространением купонов

20. saturation flow  
поток насыщения

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

22. scrambled merchandising  
"смешанная" торговля, торговля товарами различных товарных классов в одном магазине

23. scratch-off card  
карточка опроса потребителей, на которой требу-

ется вычеркнуть какие-то варианты ответа

24. screen ad  
кинореклама

25. seasonal effects, pl  
сезонные колебания /спроса и т.п./

26. secondary circulation  
вторичное обращение печатного издания /среди лиц, не являющихся его первичными читателями/

27. segmentation analysis  
сегментный анализ рынка

28. self-liquidating offer  
самоликвидирующееся вознаграждение 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 производственной сферы в США, составляемый журналом "Fortune"

38. share goal  
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. shooping 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, заключающийся 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 выгодно-го/ 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, обыч-  
но в виде какого-то из-  
вестного персонажа

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

83. star  
"звезда" /товар, на кото-  
рый приходится большая  
доля рынка при растущем  
рынке/

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

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, ког-  
да станция-филиал может  
передавать рекламу, полу-  
чаемую ею напрямую, как  
правило, от местных рек-  
ламодателей/

87. station  
call letters  
название теле- или радио-  
станции /обычно из нес-  
кольких букв: CBS, WNAJ  
и т.п./

88. station  
identification  
позывные радио- или  
телестанции

89. station identi-  
fication break  
перерыв в радио- и теле-  
программах для передачи  
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  
внимание потребителей

93. steady buyer  
постоянный покупатель

94. stitch-in  
вклейка  
см. blow-in

95. stock art  
массовый дизайн реклам-  
ных объявлений /продает-  
ся для нескольких рекла-  
модателей/

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

97. store brand



марка конкретного магазина

98. store circular  
рекламный вестник магазина /обычно сообщающий, какие товары продаются со скидкой/

99. store demonstration  
демонстрация товара продавцом в магазине

100. store traffic  
посещаемость /покупателями/ магазина, популярность магазина

101. Strategic Business Unit  
"стратегическая группа" /отдел или подразделение 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 многократ-

но во время обычной телепрограммы; "подсознательная" реклама

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

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

## T

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 рын-  
ка пищевых товаров/

**5. takeover  
marketing**  
"завоевательный" марке-  
тинг /маркетинг, рассчи-  
танный на поглощение од-  
них фирм другими/  
см. merger

**6. target  
audience**  
целевая аудитория /в ре-  
кламе/

**7. taste-test**  
потребительские испыта-  
ния нового товара на  
вкус

**8. tax write-off**  
освобождение определен-  
ной части дохода от нало-  
га /передачей части  
средств на благотвори-  
тельные нужды и т.п./

**9. team**  
рабочая группа

**10. teaser**  
"затравка" /рекламный  
прием, направленный на  
то, чтобы вызвать инте-  
рес к последующему рек-  
ламному объявлению/

**11. teleconference  
hookup**  
телемост

**12. telemarketing**  
прямой маркетинг по теле-  
фону

**13. telephone  
interviewer**  
лицо, ведущее опрос по  
телефону

**14. telequalifica-  
tion system**  
система опроса покупате-  
лей по телефону /об их  
покупательских намерени-  
ях/

**15. teleshopping**  
покупки по телефону

**16. telethon**  
телемарафон /благотвори-  
тельная телевизионная  
передача/

**17. test  
advertisement**  
пробное объявление

**18. test check**  
контрольное испытание

**19. test marketing**  
пробный маркетинг

**20. theater exhibi-  
tion pattern**  
структура проката в кино-  
театрах /о фильме/

**21. theater screen  
advertising**  
реклама в коммерческом  
кинопрокате

**22. themeline**  
основная рекламная тема  
/сформулированная в од-  
ной фразе идея реклам-  
ной кампании/

**23. thin market**  
"прослоечный" рынок; ре-  
активный /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 рекламодателя по проведению кампании стимулирования сбыта

31. trade advertisement  
рекламное объявление на сферу торговли

32. trade booth  
выставочный стенд  
см. trade show exhibition booth

33. trade fair  
торговая ярмарка

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

35. trade magazine  
специализированный профессиональный, отраслевой журнал

36. trademark bulletin  
бюллетень товарных знаков

37. trademark expert  
эксперт по товарным знакам

38. trade name  
торговое название товара

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

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

41. trade support  
поддержка товара /и заинтересованность 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 мероприятий по стимулированию сбыта/

43. traffic  
посещаемость покупателя-  
ми торговой точки
44. traffic  
department  
отдел прохождения зака-  
зов /в рекламном агентст-  
ве/
45. traffic  
management  
руководство службой про-  
хождения заказов /в рек-  
ламном агентстве/
46. transit  
advertisement  
рекламное объявление на  
транспорте
47. trial size  
пробная упаковка товара  
/обычно уменьшенного раз-  
мера/
48. triple  
keystoning  
утроение оптовой цены /в  
ценообразовании рознич-  
ной торговли/  
см. keystoning
49. turnkey  
сдача "под ключ" /предо-  
ставление всего цикла  
услуг или полного комп-  
лекса товаров - по соот-  
ветствующему контракту/
50. TV/radio  
spot buyer  
агент, специалист по за-  
купке времени для "точеч-  
ной" рекламы
51. two-step  
marketing  
двухступенчатый марке-

ТИНГ

см. conversion rate

52. two-tier  
pricing system  
система ценообразования,  
состоящая из двух кате-  
горий цен /рассчитанных  
на разные классы потре-  
бителей, напр., одна це-  
на для оптовой продажи и  
другая для розничной/

## U

1. underdog  
не очень крупный предпри-  
ниматель и рекламодаватель
2. under-  
-merchandise  
не подкреплять предложе-  
ние о вознаграждении за  
покупку достаточной то-  
варной ценностью
3. Universal  
Product Code  
универсальный товарный  
код, UPC  
см. bar code
4. upper-income  
высокооплачиваемый, с вы-  
сокими доходами /о про-  
слойке населения/
5. usage pattern  
особенности использова-  
ния /товара/
6. upscale market  
рынок потребителей с  
уровнем доходов и обра-  
зования 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 аудитор

тории 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 транспаранты/

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 premium  
вознаграждение за покупку, получаемое покупателем в упаковке вместе с товаром

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

13. wrap-up  
/жарг./ "легкий" покупатель, "простофиля" /покупатель, с готовностью покупающий какой-то товар/

## Y

1. yellow pages, pl  
телефонный справочник торговли

2. yuppie (young urban professional)  
яппи, молодые преуспевающие городские жители с высшим образованием и высокими доходами /демографическая группа/

## Z

1. zap  
/разг./ остановить, "вырубить" /напр., телерекламу/

2. zipper  
товар, приносящий большую прибыль и быстро завоевывающий рынок

3. zip code  
почтовый индекс

## СОКРАЩЕНИЯ

AMA (American Marketing Association)  
Американская ассоциация маркетинга

ASI (Audience Survey's Ihe)  
"Одиенс сервейз", кампании по исследованию зрительских реакций /США/

CEO (Chief Executive Officer)  
главный управляющий

CPI (Consumer Price Index)  
показатель потребительских 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

ЕОМ (end of the month)  
последние дни месяца

GAF (General merchandise, Apparel and Furniture)  
товары повседневного спроса, одежда, мебель /обычный ассортимент магазина 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

LON (Lady of the House)  
"домашняя хозяйка"

M&A (Mergers and Acquisitions)  
отделение инвестиционного банка, занимающегося капиталовложениями, связанными со слиянием компаний или приобретением одной компании другой /т.е. с маркетингом "за-

воеваний", "takeover marketing/

Mc K (Mc Kittrick)  
фирма "макиттрик"

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"

SBU (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

---

# УКАЗАТЕЛЬ РУССКИХ ТЕРМИНОВ

## А

анализ рынка М 39

стимулированию сбыта  
S 10  
конечный потребитель  
Е 15  
купон С 162

## В

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

## Л

лицо фирмы А 88  
логотип Л 33

## Д

демаркетинг D 14  
демографические показатели  
D 16  
дилер D 6

## М

макромаркетинг М I  
маркетинговые исследования  
М 64  
мерчандайзинг М II6  
место продажи товара  
Р 28  
микромаркетинг I 23  
мультипак М I43

## Ж

жизненный цикл товара  
Р 77  
журнал-каталог М 5

## Н

нетрадиционные средства  
рекламы А 75

## З

заказчик А 4

## О

оптовый потребитель  
Л 5  
охват средствами рекламы  
Р 9

## И

иллюстрация А 8I

## К

кампания мероприятий по

## П

перенасыщение рынка то-  
варом О 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 A 26  
рекламное агентство  
A 12  
рекламное объявление  
A 11  
рекламный бюджет A 10  
рекламный контакт A 42  
рекламный куплет J 1  
рекламный приз P 41  
рекламный ролик C 57  
рекламодатель A 25  
ремаркетинг R 27  
рынок M 35  
рыночная доля M 79

## С

сегментирование рынка  
M 78  
слияние фирм M 117  
совместная реклама  
C 131  
спонсор S 73  
среднестатистический  
зрительский рейтинг A 1

средства маркетинга  
M 68  
средства рекламы M 95  
средства стимулирования  
сбыта P 99  
срез рынка M 75  
стимулирование сбыта  
P 95  
суммарный зрительский  
рейтинг C 182

## Т

текст рекламного объяв-  
ления C 136  
телемарафон T 16  
телемост T 11  
товарная марка B 52  
товарный каталог M 113  
товарная серия P 78  
товарный класс P 68  
торговый автомат V 2

## У

универсальный товарный  
код U 3  
управляющий по товару  
P 79

## Ф

фирма-изготовитель M 17  
фирменный стиль C 148  
фокус-группа F 20  
формула маркетинга M 63

## Ц

целевая аудитория T 6

**Ш**

**Э**

штриховой код В 16

экологически чистый то-  
вар Е 21

---

Ирина Викторовна НОВАШ

ТЕТРАДИ НОВЫХ ТЕРМИНОВ

№ 159

АНГЛО-РУССКИЕ ТЕРМИНЫ ПО МАРКЕТИНГУ

Редактор Л.И. Чернавина

Технический редактор  
Н.К. Дудова

Корректор В.М. Полозова

---

Подп. в печ. 07.08.91                      Формат 60X84/16.  
Бум.офс. № 2.                      Печать офсетная.                      Усл.печ.л. 5,35.  
Усл.кр.-отт. 5,54.                      Уч.-изд.л. 4,27.                      Заказ № 6094  
                    Тираж 2000 экз.                      Цена 5 р.

---

Всесоюзный центр переводов научно-технической  
литературы и документации

117218, Москва, В-218, ул.Кржижановского, д.14, корп.1

---

ПИК ВИНТИ, 140010, Люберцы-10, Московской обл.  
Октябрьский пр-т, 403

