ISSN 0131—7083

Всесоюзный Центр Переводов

Тетради новых терминов

АНГЛО-РУССКИЕ ТЕРМИНЫ ПО МАРКЕТИНГУ

ВЦП

159

МОСКВА 1990

Государственный комитет СССР
по науке и технике

Академия наук
СССР

ВСЕСОЮЗНЫЙ ЦЕНТР ПЕРЕВОДОВ
НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДОКУМЕНТАЦИИ

В помощь переводчику

ТЕТРАДИ НОВЫХ ТЕРМИНОВ
№ 159
АНГЛО-РУССКИЕ ТЕРМИНЫ ПО МАРКЕТИНГУ

Составитель
И.В. Новаш

Москва 1990

УДК 802.0-323.2=82:380.12(038)

Ответственный редактор

И.И. УБИН

СОДЕРЖАНИЕ

стр.

От составителя 3

Английские термины и русские эквиваленты 4

Сокращения 83

Указатель русских терминов 86

© Всесоюзный центр переводов, 1990

От составителя

За два-три последних года слово "ма́ркетинг" 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 ма́ркетинг, 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 марке́тинговые исследования, поэтому сюда включены и соответствующие этой области термины.

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

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

1-2

A

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

2. abnormal Magoo
нетипичная реакция аудитории пробного показа телепрограммы на специальный мультипликационный ролик с "мистером Магу"- в отличие от "normal Magoo"
см. также "Mister Magoo"

3. above the line
крупная творческая фигура, участвующая в создании кинофильма или телевизионного рекламного ролика /автор сценария, режиссер, продюсер, ведущий актер/
см. также key talent

4. account
заказчик, клиент рекламного агентства

5. account management
руководство службой исполнения заказов, руководство рабочими группами клиентов / в рекламном агентстве/

6. account manager
руководитель рабочей группы клиента /в рекламном агентстве/

7. across the board
регулярная ежедневная телепередача, появляющаяся по одной и той же программе в одно и то же время
см. также strip show

8. action devices, pl
рекламные изделия и приемы, используемые для получения ответной покупательской реакции /в прямой почтовой рекламе/

9. action picture
изображение /товара/ в действии

10. acquisition budget
денежные средства, которыми располагает фирма для привлечения покупателей посредством прямой почтовой рекламы и рекламы в средствах массовой информации; рекламный бюджет фирмы

11. ad
рекламное объявление /сокр. от advertisement/
см. также advertisement

12. ad agency
рекламное агентство
см. advertising agency

13. Ad Alley
одно из названий Мэдисон-авеню, улицы в центре Нью-Йорка, на которой сосредоточено большое

число рекламных агентств; синоним рекламного бизнеса вообще
см. также Madison Avenue

14. addressing company
фирма-поставщик адресных списков /для прямой 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 рекламе

33. advertising claim
рекламное утверждение

34. advertising code
кодекс рекламы

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

36. advertising decision
принятие решения о рекламной кампании

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

38. advertisement dummy
макет рекламного объявления

39. advertising effect
эффект рекламы, рекламное воздействие

40. advertising expenditure
затраты на рекламу

41. advertising expert
специалист по рекламе, рекламист

42. advertising exposure
рекламный контакт

43. advertising exposure potential
потенциал рекламных контактов

44. advertising field
сфера рекламы

45. advertising solder
рекламный проспект

46. advertising image
рекламный образ

47. advertising industry
рекламное дело

48. advertising leverage
давление на общественное мнение, оказываемое рекламой

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

50. advertising media
средства рекламы; носители рекламы

51. advertising panel
рекламный щит

52. advertising people
специалисты рекламы

53. advertising performance
действенность рекламы

54. advertising personality
рекламное "лицо"

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

56. advertising revenues, pl
доход от рекламы

57. advertising spiral
процесс рекламирования нового товара; "рекламная спираль"

58. advertising theme
основная рекламная идея объявления, обычно выраженная броской запоминающейся фразой

59. advertology
наука о рекламе, рекламоведение

60. advertorial
1/ рекламная вклейка того же формата, что страница печатного издания, в котором она помещается. Ее текст должен соответствовать тематике издания /с обязательной пометкой "рекламное объявление вверху 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
1/ массовый рынок /потребительских сделок купли-продажи/; 2/ продажа запчастей и обеспечение 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
аггрегация 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 затянутый 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 радио- и телепередачи

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

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

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. artwort
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

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

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

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

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

93. audit bureau
бюро по контролю за тиражами

94. audience flow
динамика движения /текучесть/ аудитории

95. audience impact
ударное воздействие на аудиторию

96. audience measurement
статистическая оценка аудитории; замер аудитории

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

98. automaker
автомобильная компания

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

100. automotive market
рынок автопринадлежностей

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

102. average disposable income
средний доход после уплаты налогов

103. average household income
средний доход семьи

2-1

B

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

2. baby boomers
демографическая группа людей, родившихся в послевоенное десятилетие, во время "бума рождаемости" и представляющая широкий рынок для потребительских товаров в силу своей достаточно высокой обеспеченности
см. boomers

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

4. back end
действия фирмы после получения заказа от клиента /в прямом маркетинге/

5. back file
1/ подборка печатных материалов за предшествующий период /рекламный архив/;
2/ комплект предшествующих номеров периодического издания

6. back office
1/ вспомогательная контора фирмы для обработки информации и обслуживания автоматизированных систем управления производством и сбытом, расположенная обычно в отдельном /менее престижном, чем штаб-квартира фирмы - здании/; деятельность этой конторы

7. back-order
оформление заказа для посылочной торговли в два этапа /из-за отсутствия некоторых единиц заказа у фирмы-поставщика/

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 то-

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

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

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

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

15. banner
1/ 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 г. в США/

25. beautician
косметолог, работник косметического салона

26. beauty aids
косметические товары
см. beauty products

27. beauty products
косметические товары
см. beauty aids

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

29. below the line
легко заменяемая фигура участвующая в создании

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

30. belt
/в США/ географический пояс, зона

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

32. better business bureau
бюро содействия по улучшению деловой практики

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

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

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

36. big name brand
известная марка

37. Big six
"Большая шестерка" /европейские автомобильные фирмы, производящие малолитражки: Ford, Europe, Fiat, Volkswagen, Peugeot, Opel, Renault/

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

39. big ticket item
дорогостоящий товар

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

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

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

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

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

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

46. Black Belt
"черный пояс" /южные районы США с преобладанием негритянского населения/

47. Black Rock
"Черная скала", прозвище компании CBC /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 вкладыш, который вклеен или подшит в печатное издание/
см. также stitch-in

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

52. body copy
основной текст рекламного объявления

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

54. boom-bust pattern /of sales/
неровная картина сбыта /пики чередуются с резким 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 компании 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 умножении этой цифры на число потенциальных покупателей

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

104. bulk goods, pl
массовые немаркированные и несортовые 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 предпринимателей
см. B-B advertising

123. buy direct
совершать прямую закупку /без посредников/

124. buyer profile
характеристики покупательской группы

125. buying behaviour
покупательское поведение

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

127. buying guide
руководство по закупкам

128. buying habit
покупательская привычка

129. buying information
информация о покупках

130. buying potential
покупательский потенциал

131. buyout
покупка одной фирмы другой

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

C

1. cable /cable TV/
кабельное телевидение

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

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

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

5. canvassing
1/ определение общественного мнения путем опроса; 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 warehous
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 аксесуаров к ней/

20. cause-and-issue advertising
реклама, затрагивающая общественные проблемы

21. census interviewer
счетчик переписи населения

22. center-of-influence 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 финансируемой отделом прямого маркетинга, другие отделы этой фирмы

25. channel of distribution
канал распределения /сеть агентств и других посредников, которые связывают производителя и конечного потребителя/

26. charmaceuticals, pl
продукция косметических фирм, производимая на основе научных исследований в области косметологии

27. check-list
вопросник

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

29. checking out
быстро покидающий полки магазина, незалеживающийся /товар/

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

31. choice location
исключительно выгодное место размещения /наружной рекламы и т.п./

32. circular
специальная рекламная брошюра, обычно рассылаемая по почте или вложенная в газету или журнал

33. circulation
число проходящих и проезжающих 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-прилавок /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 television network
сеть коммерческого телевидения

60. commercialization
одна из фаз разработки нового товара, заключающегося 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 кни-

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

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

63. commodity group
товарная группа

64. 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 /заявка фирмы-поставщика в ответ на правительственное заявление о предполагаемом заказе/

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

77. competitive capacity
конкурентоспособность

78. competitive checks, pl
сдерживающие факторы конкуренции

79. competitive environment
конкурентное окружение

80. competitive impact
заряд конкурентоспособности

81. competitive-parity method
"уравновешивающий конкуренцию" способ определения бюджетных ассигнований фирмы на рекламу, ориентированный на рекламный бюджет фирмы-лидера в данной сфере производства

82. competitive pressure
давление со стороны конкурентов

83. computer-generated form letter
деловое письмо, составленное и распечатанное на компьютере

84. conceptualization
разработка замысла /товара/

85. conglomerate
"конгломерат", крупная корпорация, состоящая из компаний, занимающихся различными сферами деятельности /напр., компания Ай-Ти-Ти-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 поведение

89. consumer confidence index
показатель потребительской уверенности /результат ежеквартального исследования, проводимого Мичиганским университетом США, объектом которого является отношение потребителей к экономическому положению в стране, инфляции и т.п., которое сказывается на их покупательском поведении/

90. consumer goods fair
ярмарка товаров широкого потребления

91. consumer goods advertiser
рекламодатель товаров широкого потребления

92. consumer guide
руководство для потребителей

93. consumer information
информация для потребителей

94. consumer interest group
группа защиты интересов потребителей

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

96. consumer jury
потребительское жюри

97. consumer list
список потребителей

98. consumer market-place
потребительский рынок, картина потребительского рынка

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

100. consumer preferences, pl
потребительские предпочтения

101. Consumer Price Index
показатель потребительских цен
см. CPI

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

103. consumer psychologist
психолог, специалист по потребительскому поведению

104. consumer-purchase diary
дневник потребительских покупок

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

106. consumer respondent
покупатель, откликнувшийся на программу стимулирования сбыта

107. consumer specialty cataloque
специализированный потребительский каталог

108. consuming capacity
потребительская способность

109. consumption curve
кривая потребления

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

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

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

112. containerization
перевозка товара в специальных контейнерах

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

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

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

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

4-1

117. controlled distribution
распространение в контролируемых условиях

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

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

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

121. convenience-meal
полуфабрикаты /сегмент рынка/

122. convenience merchandise
товары повседневного спроса

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

124. co-op ads
совместные рекламные объявления общенацио-

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

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

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

127. cooperative advertising
совместная реклама
см. co-op advertising

128. cooperative chain
сеть розничных торговцев
см. co-op chain

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

130. co-op mailing
совместное почтовое отправление
см. cooperative mailing

131. coordinated visual identity
совокупный зрительный образ /товара/

132. copy
текст рекламного объявления
см. advertising copy

133. copy appeal
основная идея рекламного текста

134. copy area
площадь текстовой части рекламного объявления

135. copy-cat
имитация товара
см. clone

136. copy chief
руководитель службы рекламных текстов в рекламном агентстве

137. copy delivery
эффективность рекламного текста

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

139. copy writing
текстовка, составление текстов рекламных объявлений

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

141. corporate brochure
рекламный проспект фирмы

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

143. corporate goal
общефирменная цель

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

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

146. corporate influence
влияние престижа фирмы

147. corporate licensing
лицензионный маркетинг, использование популярных фирменных названий для продажи товаров, с этим названием ранее никак не связанных /надписи Coca-Cola на майках или изображение Мики-Мауса на телефонных аппаратах/

148. corporate name
фирменное название

149. corporate seminar
деловой семинар по вопросам маркетинга

150. corporate spying
промышленный шпионаж
см. competition analysis

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

152. corrective order
приказ о размещении исправленной рекламы

153. counter display
наприлавочная выкладка /экспозиция товара/

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

155. counterprogramming
/в телевещании/ составление программы передач и размещание конкретной

184. customer satisfaction
удовлетворенность приобретенным товаром

185. customer service
обслуживание клиентов

190. custom-made
/о товаре/ деланный на заказ, индивидуально

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

D

1. data-base management company
фирма, занимающаяся составлением компьютерной базы данных о потребителях в различных сегментах рынка

2. data plate
фирменная табличка с основными параметрами товара

3. day order
заказ, действительный в течение одних суток

4. day parts, pl
дневные передачи /на радио по телевидению/

5. deadbeat
клиент, оформивший заказ на товар или услугу и не оплативший их /в прямом маркетинге/

6. dealer
дилер /предприниматель маркетингового звена "дистрибуции", посредник/

7. dealer's brand
марка торгового посредника
см. также private brand, private label

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

9. decision maker
ответственное лицо фирмы

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

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

12. delta
изменение, замена /термин менеджмента/

13. demand curve
кривая спроса

14. demarketing
демаркетинг /понижение покупательского спроса на дефицитный товар 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

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

156. countertrade
бартерная торговля, бартерная сделка

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

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

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

160. coverage
охват аудитории; зона действия /рекламы/

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

162. coverage area
территория охвата /рекламным средством/

163. coverage check
проверка полноты охвата аудитории

164. coverage error
ошибка вследствие неполного охвата рекламной аудитории

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

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

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

168. creative director
творческий директор /в рекламном агентстве/

169. creative 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-художественный совет /рекламного агентства/

173. credit check
проверка кредитоспособности

174. critical mass
"критическая масса" /количество розничных торговых точек или объем рекламы, необходимый для привлечения внимания покупателей к товару на определенном рынке/

175. cross merchandising
смешанная торговля, продажа принципиально различных товаров в одном небольшом магазине /напр., продуктов питания вместе с книгами/

176. cross-promotion
совместные усилия в области рекламы различных фирм

177. crowded consumer category
"перегруженный" товарный класс

178. Cumulative Audience Ratings
/в радио- и телерекламе/ суммарный зрительский /слушательский/ рейтинг /рассчитывается по количеству людей, смотревших или слушавших определенный отрывок передачи или рекламного ролика/
см. также CUME u net unduplicated audience

179. cumulative discount
кумулятивная скидка с цены /предоставляется покупателю, когда стоимость его годовых покупок превышает заданную цифру/

180. customer environment
условия эксплуатации товара у потребителя

181. customer following
привлечение покупателей

182. customer loyalty
покупательское постагентство

183. customer mix
состав клиентуры

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

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

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

34. direct-response inquiry
прямой запрос

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

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

37. direct-sales representative
коммивояжер

38. direct seller
специалист прямого маркетинга

39. discount store
магазин удешевленных /или недорогих/ товаров

40. diskery
/жарг./ фирма грамзаписи

41. display advertisement
объявление наглядно-иллюстративной рекламы

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

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

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

45. display card
рекламный планшет

46. display crew
бригада оформителей

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

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

49. distribution network
сеть распространения

50. distribution pattern
схема распределения

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

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

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

54. dog
/разг./ неходовой товар

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

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

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

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

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

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

61. drop
быть отправленным по почте

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

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

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

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

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

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

E

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

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

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

4. editorial-advertising mix
сочетание редакционных и рекламных материалов

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

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

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

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

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

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

11. employee magazine
фирменное издание для собственных рабочих и служащих

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

13. endcap
товарная экспозиция по

краям торговых рядов в розничном магазине

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

15. end user
конечный потребитель

16. engineering fair
техническая машиностроительная ярмарка

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

18. entry
новинка на рынке /о товаре/

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

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

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

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

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

24. established product
зарекомендовавший себя на рынке товар

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

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

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

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

29. exit poll
опрос зрителей после просмотра кинофильма

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

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

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

32. exposure opportunity
вероятность рекламного контакта

F

1. fad
фетиш, массовое увеличение чем-либо

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

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

4. family budget inquiry
обследование бюджета семьи

5. fancy fair
благотворительный базар

6. fashion forward
ультрамодная /об одежде/

7. fashion magazine
журнал мод

8. fast-food chain
фирменная сеть закусочных

9. feature mention
упоминание о товаре во внутримагазинной рекламе

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

11. field procedure
порядок работы с клиентами на местах

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

13. finished art
готовое художественное оформление рекламного объявления

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

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

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

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

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

19. flysheet
рекламная листовка

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

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

22. folder dummy
макет рекламного проспекта

23. foldout
журнальный разворот на 4 страницы

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

25. follow-up interview
вторичный или последующий опрос

26. follow-up program
программа последующих мер

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

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

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

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

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

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

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

34. franchise extension

присвоение новому товару уже существующей марки
см. brand extension branding

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

дований до размещения рекламы в средствах массовой информации/

46. fulfilment house
отдел фирмы, отвечающий за выполнение 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 городе/, где сосредоточенно большое количество предприятий по выпуску готового платья/
см. garment district

2. garment district
швейный район
см. garment center

3. gatefold advertisement
рекламное объявление, помещенное на отвороте обложки журнала

4. general advertiser
рекламодатель на широкую аудиторию

5. general audience
широкая аудитория, публика

6. general-interest magazine
журнал общего направления, для широкого читателя
см. также general magazine

7. general magazine
журнал общего направления
см. general-interest magazine

8. general mail-order firm
фирма посылочной торговли с широким ассортиментом товаров

9. generic product
товар-представитель товарного класса

10. generics
немарочные товары

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

12. gift division
отдел фирмы, занимающийся рекламной продукцией для программ стимулирования сбыта

13. gift item
сувенирный товар /распространяемый фирмой-рекламодателем в качестве рекламы/

14. giftware
подарочные товары

15. giveaway
рекламный приз, сувенир

16. global marketing
"глобальный маркетинг", маркетинг во всемирном масштабе без учета национальных особенностей

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

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

18. grading factor
признак сортности

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

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

21. growth industry
бурно развивающаяся отрасль промышленности

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

H

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

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

3. hard goods
"твердые" товары /мебель и электробытовые приборы/ /в розничной торговле/

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

5. heavy buyer
постоянный активный покупатель

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

7. hidden offer
скрытое коммерческое предложение
см. buried offer

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

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

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

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

12. historical data
данные о результатах

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

22. house magazine
фирменный журнал

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

24. household penetration
внедрение в домашнее потребление /измеряется в %/ /о товаре/

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

26. hypermarket
большой торговый комплекс

I

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

2. identity crisis
кризис "образа" марки

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

3. important item
"солидный" товар

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

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

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

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

8. incentive program
программа конкретных мероприятий по стимулированию сбыта

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

10. inderect headline
рекламный заголовок с завуалированным обращением

11. industrial advertisement
рекламное объявление на сферу промышленного производства

12. industrial advertiser
рекламодатель на сферу промышленного производства

13. individual advertising
реклама от имени частного лица

14. industrial goods
товары промышленного назначения

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

16. industrial specialty catalogue
специализированный промышленный каталог

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

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

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

20. in-pack
внутри упаковки, 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 компьютерами, 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, проводящее опрос

35. introduction
выведение на рынок

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

37. investment introduction
выведение товара на рынок с помощью инвестиций

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

39. item
ходовой товар /в розничной торговле/

40. item advertising
реклама конкретного товара

41. item business
специализация на производстве одного вида товара

J

1. jingle
рекламный куплет

2. joint exposition
совместная экспозиция

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

K

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

2. key customer
основной клиент

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

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

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

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

L

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

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

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

хозяйственных и косметических товаров

4. laggard
потребитель, воспринимающий новый товар в последнюю очередь

5. large-scale consumer
оптовый потребитель

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

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

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

9. layout department
рекламно-оформительский цех

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

11. leaflet
тонкая рекламная брошюра

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

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

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

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

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

17. light buyer
непостоянный покупатель

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

19. line
товарная серия
см. также product line

20. line extender
новый товар, являющийся модификацией старого

21. line extension
расширение серии 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, взымаемая универсамами с оптовых торговцев /за услуги по стимулированию сбыта товара через универсам - 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 ежемесячным счетом за них

33. logo
логотип; графический знак фирмы или организации

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

35. loose inset
рекламный вкладыш /в печатное издание/

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

37. low-pressure advertising
ненавязчивая реклама

38. low-end market
рынок дешевых товаров и услуг

39. luxury-car
дорогой автомобиль

M

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

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

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

4. Madison Avenue
Мэдисон-авеню
см. Ad Alley

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

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

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

8. mail list
список рассылки
см. list

9. mailing list
список рассылки
см. list

10. mail order
заказ по почте

11. mail-order advertiser
рекламодатель сферы посылочной торговли

12. mail-order catalogue
каталог посылочной торговли

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

14. maintained mark-on

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

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

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

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

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

19. management development
курсы повышения квалификации руководящего звена управления

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

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

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

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

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

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

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

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

27. manufacturer's brand
марочное название товара, принадлежащее производителю самого товара

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

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

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

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

32. markdown
снижение установленной ранее розничной цены

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

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

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

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

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

38. marketable
продажеспособный /о товаре/

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

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

41. market behaviour
состояние рынка сбыта

42. market decision
принятие решения о рынке сбыта товара

43. market development
становление /формирование/ рынка

44. market dominance
лидирующее положение на рынке

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

46. marketer
фирма, осуществляющая маркетинг своего товара; рекламодатель

47. market exploration
изучение рынка

48. market factor
рыночный фактор, фактор сбыта

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

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

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

52. market ideology
философия рынка

53. marketing agency
агентство, занимающееся маркетингом

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

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

55. marketing concept
философия маркетинга
см. broad business philosophy

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

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

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

59. marketing information system
система маркетинговой информации /вся система сбора, анализа, хранения и распространения информации, имеющей непосредственное отношение к маркетингу, используемая данной фирмой/

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

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

62. marketingmanship
мера квалифицированности проведения маркетинга товара или услуги

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

64. marketing research

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

65. marketing research information
данные исследований маркетинга

66. Marketing Science Institute
Институт маркетинговых исследований /США, Кембридж, штата Массачуссетс/ см. также MSI

67. marketing-services firm
фирма, оказывающая различные маркетинговые услуги, маркетинговая фирма

68. marketing tool
средство маркетинга, маркетинговый прием

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

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

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

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

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

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

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

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

ся определенной группой товаров и 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 раз-

личных 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 устарелые 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 планшетов и др./

117. merger
слияние поглощение одной фирмой другой /при

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

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

119. message environment
контекст рекламного обращения

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

121. metro area /metropolitan area/
метрополисный ареал

122. metropolitan newspaper
метрополисная газета

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

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

125. mid-range market
рынок потребительских товаров средней стоимости

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

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

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

129. mislabeling
неправильная маркировка

130. misredemption
неправильное погашение /купонов/

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

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

133. mobile exposition
передвижная выставка

134. mobile unit
передвижная телекамера, используемая для репортажей с места события /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 professionals/
"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 синтетической пленки, используемой при изготовлении магнитной ленты/

N

1. name plate
именная фирменная плашка

2. name slug
"именная строка"; подпись или логотип рекламодателя

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

4. national advertiser
рекламодатель в национальных масштабах

5. national advertising
рекламирование в масштабах всей страны /рекламодателем является производитель или оптовый торговец в отличие от розничного или местного торговца/

6. national brand
общенациональная марка; марочный товар, распространяемый через широкую сеть розничной торговли /в отличие от private brand - "частной марки" - принадлежащей определенному дистрибютору или розничному торговцу/

7. national penetration
внедрение на рынок в общенациональном масштабе

8. needle trades, pl
"игольный бизнес" /промышленные фирмы, выпускающие готовое платье/

9. negative groups
группы, к которым потребители неохотно причисляют себя; негативные группы

10. negative option
прием прямого маркетинга, 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 низменной 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

O

1. O&O station /owned & operated/
местная радио- или телестанция, 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 "некруглой" цены /напр., 99 центов вместо 1 доллада/
см. также pshychological pricing

4. off-price retailers, pl
представители специализированной розничной торговли, продающие марочные товары по цене на 20-60% ниже их стоимости по прейскуранту фирмы-производителя. Быстро растущая с 80-х годов область торгового бизнеса, вызывающая недовольство других розничных торговцев

5. offshore
"заморский" /о любых деловых операциях американских фирм за пределами США/

6. oligopoly
олигополия /отрасль производства, в которой небольшое число фирм поставляет на рынок один и тот же товар, имея возможность диктовать на него цены/

7. on-air
эфирный, в эфире

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

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

10. one-step /marketing/
одноступенчатый /маркетинг/ /прямое совершение сделки купли-продажи по телефону, через использование купона или по почте, в которой положительным 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 средствах рекламы при покупке их небольшого объема, недостаточного для получения "оптовой" скидки/

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

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

14. open-contract-plus-commission plan
метод открытого контракта в сочетании с комиссионным вознаграждением

15. open-end contract
открытый контракт /контракт между поставщиком и покупателем, в котором поставщик берет на себя обязательство выполнять требования клиента в течение оговоренного в контракте срока, при этом сами эти требования не оговариваются/

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

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

18. open outcry
рынок "крикунов" /обычно при продаже сельскохозяйственной продукции/
см. outcry market

19. open rate
подвижная расценка /расценка, зависящая от приобретаемого рекламодателем объема места и времени в средствах рекламы/

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

21. optimum reach
оптимальный охват /средствами рекламы/

22. orange goods
"оранжевые" изделия /товары со средней степенью оборота, такие как одежда/ /в розничной торговле/

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 заказов

26. orgman /organization man/
функционер

27. outcry market
рынок "крикунов" /заключение контактов 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/

P

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. proprietory 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 память рекламой /в теории УТП американского специалиста рекламы Р.Ривса/

19. penetration check
проверка степени внедрения

20. perks, pl
/разн./ финансовые льготы

21. personal interviewer
лицо, ведущее личный опрос

22. personalized magazine
журнал, состоящий из различных рубрик, подбираемый для каждой группы подписчиков индивидуально, 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 роликов, идущих один за другим /в радио- и телерекламе/
см. clutter

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

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

30. pollster
специалист по опросам, интервьюер

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

32. positioning
позиционирование /товара/: 1/ процесс мысленного определения места новинки в ряду существующих товаров; 2/ конкретные мероприятия по закреплению за ней этого места на рынке

33. poster
постер; рекламный плакат

34. poster board
плакатный щит, плакатная панель

35. p.r. department
отдел престижной рекламы
см. также public relations department

36. preemptive marketing
"предвосхищающий" маркетинг /рекламирование товаров, еще не выпущенных на рынок, с целью отвлечь внимание потреби-

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

37. preference function
функция предпочтения /при выборе товаров/

38. preference item
товар, которому отдает предпочтение большинство покупателей

39. preferential customer
постоянный покупатель, пользующийся льготами

40. preferred position
предпочтительное расположение /рекламы/ /место в средствах рекламы, за которое рекламодатель платит особо/

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

42. premium brand
марочный товар очень высокого качества

43. prepackaging
расфасовка товаров /свежих продуктов питания для продажи в магазинах самообслуживания/
см. 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 life-cycle
жизненный цикл товара /шесть стадий пребывания товара на рынке: появление, рост, зрелость, насыщение, упадок и отказ от товара/

78. product line
товарная серия /ассортимент товаров одной фирмы или группа изделий, тесно связанных между собой и зачастую употребляемых совместно, имеющих один и тот же рынок сбыта, производителей и находящихся в одном диапазоне цен/
см. line

79. product manager
управляющий по товару

80. product mix
структура ассортимента товаров, поставляемых на рынок фирмой

81. product personality
индивидуальность /"лицо"/ товара

82. product preference
/покупательское/ предпочтение к товару

83. product quality leader
лидер по показателям качества товара

84. product support
"поддержка" товара /постоянными капиталовложениями в рекламу и мероприятия по стимулированию сбыта/

85. product-use experience
опыт использования товара

86. product watch
постоянное наблюдение за товарами на рынке

87. professional
предназначенный для специалистов /о товаре/

88. professional advertising
реклама на лиц свободных профессий

89. professional beauty aids
косметические товары для косметических салонов /товарная категория/
см. professional beauty products

90. professional beauty products
см. professional beauty aids

91. profit margin
запас приносимой прибыли /о товаре/

92. programming
составление программы передач на определенное время /на радио, 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 характеристикам как образ жизни, привычки, социальный статус и т.д.

106. phychological pricing
присвоение товару "некруглой" 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 "паблик рилейшнс"

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 programm
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 изделия/

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 покупательные 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 компании 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 радио-рекламе/

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 message
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 требуется 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 воз-

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

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

30. selling appeal
рекламно-коммерческий мотив

31. selling area
торговый зал см. sales area

32. selling force
торговый персонал

33. selling environment
коммерческая /торговая/ среда

34. selling point
коммерческий аргумент

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

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

37. Service 500
ежегодный список 500 крупнейших корпораций непроизводственной сферы в США, составляемый журналом "Fortune"

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

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

46. shopping guide
торговый путеводитель

47. shopping habit
покупательский стереотип

48. shopping information
торговая информация

49. shopping newspaper
торговый вестник

50. shopping spree
рекламный приз, предоставляющий его владельцу право на бесплатное приобретение товаров на определенную сумму /в программе мероприятий по стимулированию сбыта/

51. show floor
выставка, демонстрационный зал; экспозиция

52. single-copy circulation
распространение печатного издания в розницу

53. single-serve food
пищевые продукты в расфасовке на одну порцию

54. six-pack
распространенный вид упаковки напитков, заключающий в одном контейнере 6 единиц товара

55. "smart card"
покупательская кредитная карточка, обрабатываемая при помощи компьютера

56. Snow Belt
"снежный пояс" /северные штаты США/

57. soft-sell advertising
ненавязчивая реклама /в отличие от hard-sell advertising/

58. space buyer
специалист по закупке места в средствах массовой информации для размещения рекламы

59. special-interest newspaper
специализированная газета

60. special occasion advertising
использование различных мероприятий общественности с целью рекламирования товара

61. special offer
рекламный прием, заключающийся в представлении "особого /особо выгодного/ предложения" скидки цены или другого вознаграждения

62. special price
цена со скидкой /обычно устанавливается на определенный период времени/

63. specialty advertising
реклама с помощью рекламных сувениров

64. specialty advertising industry

индустрия рекламных сувениров

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

66. specialty store
магазин специализированной розничной торговли

67. specimen dummy
макет верстки

68. spending habit
характер расходов

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

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

71. spokescharacter
рекламный персонаж

72. spokesperson
официальный представитель фирмы, выступающий с заявлением

73. sponsor
спонсор

74. sponsorship
выполнение функций спонсора; спонсорские услуги

75. sponsorship package
пакет рекламных мероприятий, предлагаемый спонсором

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

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

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

79. spreadhead
заголовок на развороте /в печатной рекламе/

80. standard-size package
стандартная упаковка

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

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

83. star
"звезда" /товар, на ко-

торый приходится большая доля рынка при растущем рынке/

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

85. state-of-the-industry
выполненный по последнему слову техники, высококачественный /о товаре/

86. station break
"станционный просвет" /интервал между трансляциями программ сети, когда станция-филиал может передавать рекламу, получаемую ею напрямую, как правило, от местных рекламодателей/

87. station call letters
название теле- или радиостанции /обычно из нескольких букв: CBS, WNAY и т.п./

88. station identification
позывные радио- или телестанции

89. station identification break
перерыв в радио- и телепрограммах для передачи позывных станции

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

91. status product
престижный товар

92. staying power
способность товара долгое время удерживать внимание потребителей

93. steady buyer
постоянный покупатель

94. stitch-in
вклейка
см. blow-in

95. stock art
массовый дизайн рекламных объявлений /продается для нескольких рекламодателей/

96. stockout
ситуация, когда в торговой точке кончаются запасы товара

97. store brand
марка конкретного магазина

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

99. store demostration
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 многократно во время обычной телепрограммы; "подсознательная" реклама

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

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

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

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

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

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 рынка пищевых товаров/

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

6. target audience
целевая аудитория /в рекламе/

7. taste-test
потребительские испытания нового товара на вкус

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

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

9. team
рабочая группа

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

11. teleconference hookup
телемост

12. telemarketing
прямой маркетинг по телефону

13. telephone interviewer
лицо, ведущее опрос по телефону

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

15. teleshopping
покупки по телефону

16. telethon
телемарафон /благотворительная телевизионная передача/

17. test advertisement
пробное объявление

18. test check
контрольное испытание

19. test marketing
пробный маркетинг

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

21. theater screen advertising
реклама в коммерческом кинопрокате

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

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

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

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

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

27. total advertising
общие капиталовложения в рекламу

28. total market coverage
тотальный охват рынка

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

30. trade acceptance
реакция торгующих фирм на предложения 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 покупателями торговой точки

44. traffic department
отдел прохождения заказов /в рекламном агентстве/

45. traffic management
руководство службой прохождения заказов /в рекламном агентстве/

46. transit advertisement
рекламное объявление на транспорте

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

48. triple keystoning
утроение оптовой цены /в ценообразовании розничной торговли/
см. keystoning

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

50. TV/radio spot buyer
агент специалист по закупке времени для "точечной" рекламы

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

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

U

1. underdog
не очень крупный предприниматель и рекламодатель

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

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

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

5. usage pattern
особенности использования /товара/

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

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

8. utility vehicle
автомобиль среднего класса

V

1. value-conscious
стремящиися 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 видеокасете

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

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

10. visor
рекламный планшет
см. promotional visor

11. voluntary chain
система кооперации оптовиков против крупных розничных торговцев

W

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

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

3. wars
"войны" производителей-конкурентов за рынки сбыта. Известны "cola wars"/между компаниями Pepsi и Coka 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. zapper
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", кампания 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

EOM /end of the month/
последние дни месяца

GAF /General merchandise, Apparel and Furniture/
товары повседневного спроса, одежда, мебель /обычный ассортимент магазинов розничной торговли/

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

HUT /Household using television/
семья, имеющая телевизор

LDC /Low Developed Country/
развивающаяся страна

LOH /Lady of the House/
"домашняя хозяйка"

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

Mc K /Mc Kittrick/
фирма "Маккитрик"

MNC /Multinational Corporation/
межнациональная 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 развивающая техническое производство /напр., Тайвань, Южная Корея, Гон-Конг/

NPO /nonprofit organization/
некоммерческая организация

NRP /Net Ration Point/
единица рейтинга

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

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

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

PSA /Public Service Announcement/
объявление службы общественной информации

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

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

ROP /run-of-paper/
цвет "от газеты"

SBV /Strategic Business Unit/
"стратегическая" группа

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

UPC /Universal Product Code/
универсальный товарный код

vp /vice president/
вице-президент

УКАЗАТЕЛЬ РУССКИХ ТЕРМИНОВ

А

анализ рынка M 39

В

время-пик P 59
выставочные образцы E 28
выставочный стенд T 32

Д

демаркетинг D 14
демографические показатели D 16
дилер D 6

Ж

жизненный цикл товара P 77
журнал-каталог M 5

З

заказчик A 4

И

иллюстрация A 81

К

кампания мероприятий по стимулированию сбыта S 10
конечный потребитель E 15
купон C 162

Л

лицо фирмы A 89
логотип L 33

М

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

Н

нетрадиционные средства рекламы A 75

О

оптовый потребитель L 5
охват средствами рекламы R 9

П

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

Р

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

реклама 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 объявления 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

штриховой код B 16

Э

экологически чистый товар E 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. 11.03.90. Формат 60×84/16.
Бум. офс. № 2. Печать офсетная. Усл. печ. л. 5,11.
Усл. кр.-отт. 5,30. Уч.-изд. л. 4,27. Зак. № 2097
Тираж 3000 экз. Цена 1 р.

Всесоюзный центр переводов научно-технической литературы и документации
117218, Москва, В-218, ул. Кржижановского, д. 14, кор. 1

Производственно-издательский комбинат ВИНИТИ
140010, Люберцы-10, Моск. обл., Октябрьский просп., 403

1 р.

Тетр. новых терминов, № 159. Англо-рус. термины по маркетингу, 1990, 1—88