

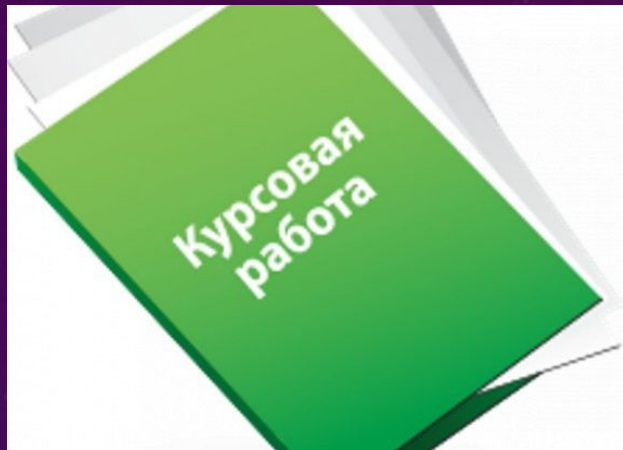
The background features a dark blue gradient with white technical diagrams. On the left, a large circular scale with tick marks and numbers from 140 to 260 is visible. Several circular diagrams with arrows and partial arcs are scattered across the page, suggesting a technical or scientific theme.

# ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

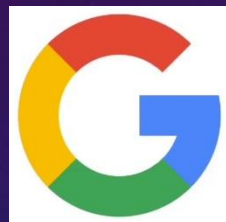
ПО ТЕМЕ:

«Коммерческая реклама»

Выполнил  
студент  
гр.711-РСо  
Осипов  
Максим



# ЦЕЛЬ ЗАДАЧИ



Научная библиотека  
Сыктывкарского государственного университета

The background is a dark blue gradient with a subtle pattern of white stars. Overlaid on this are several faint, light blue technical diagrams. On the right side, there is a large circular diagram with concentric circles and radial lines, resembling a gauge or a scale, with numerical markings from 80 to 210. Below it is another circular diagram with dashed lines and arrows. On the left side, there are smaller circular diagrams, some with arrows indicating rotation or flow.

# [КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА]

# РАЗДЕЛ №1

The background is a dark blue gradient with a starry field of small white dots. Overlaid on this are several faint, light blue technical diagrams. In the top right, there is a large circular diagram with concentric circles and radial lines, resembling a scale or a gauge, with numbers from 80 to 210. In the bottom right, there is a smaller circular diagram with concentric circles and a dashed outer ring. In the bottom left, there is a partial circular diagram with a dashed outer ring and an arrow pointing left. In the top center, there is a small circular diagram with a dashed outer ring and an arrow pointing left.





[КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА]

1126 ОТВЕТОВ

**В Е С Т Н И К**

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО УНИВЕРСИТЕТА



# [КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА] + ФИЛЬТРЫ

## 248 ОТВЕТОВ



### STUDIA HUMANITATIS

C. Francesc Carbonell 45 ☞ 08034 Barcelona, España ☞ NIF: B-65546251

Sitio en construcción

# РАЗДЕЛ №2

The background features a gradient from dark purple to blue, overlaid with a field of small white stars. On the right side, there are several technical diagrams: a large circular gauge with a scale from 0 to 210 and a needle pointing to approximately 180; a smaller circular diagram with concentric circles and arrows; and a dashed circular arrow pointing clockwise. In the bottom left corner, there is a partial view of another circular diagram with a dashed arrow pointing counter-clockwise.





# [КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА]

## 32085 ОТВЕТОВ

### Просмотр записи

Выберите форму вывода записи: [Стандартный](#) [Карточка](#) [Список](#) [С именами элементов](#) [С метками MARC 21](#)

Если в записи щелкнуть по одному из подчеркнутых элементов, можно провести поиск по нему в одной из баз данных или просмотр алфавитного указателя, начиная с этого элемента.

Документы, имеющие ссылку "заказ" и статус "Осн хран" в таблице экземпляров с 18.04.2016 можно заказать через электронный каталог. Подробнее об электронном заказе читайте здесь. В тех случаях, когда на документы с такими шифрами отсутствует ссылка "заказ", обращаться к сотрудникам на кафедру Зала ЭК.

#### Запись 1 из 7

[← Предыдущая запись](#) [Следующая запись ►](#)

Корнилова, Евгения Евгеньевна

Креативные технологии в коммерческой рекламе [Текст] : учебное пособие / Е. Е. Корнилов, А. Н. Сырюгина ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный экономический университет". Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью. - Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского гос. экономического ун-та, 2018. - 49 с. : табл. ; 20 см. - Библиогр.: с. 49 - ISBN 978-5-7310-4309-0:60 экз.

Добав.: Сыркина, Алина Николаевна

ББК: С555.425я73-1

Тема: Социология -- Социальные институты -- Экономические институты -- Социология обслуживания, торговли и рекламы -- Учебник для высшей школы

Ключ сл.: коммерческая реклама

Шифры: [ФБ Осн. хран.] З 18-7/2127

[ФБ Осн. хран.] З 18-7/2158

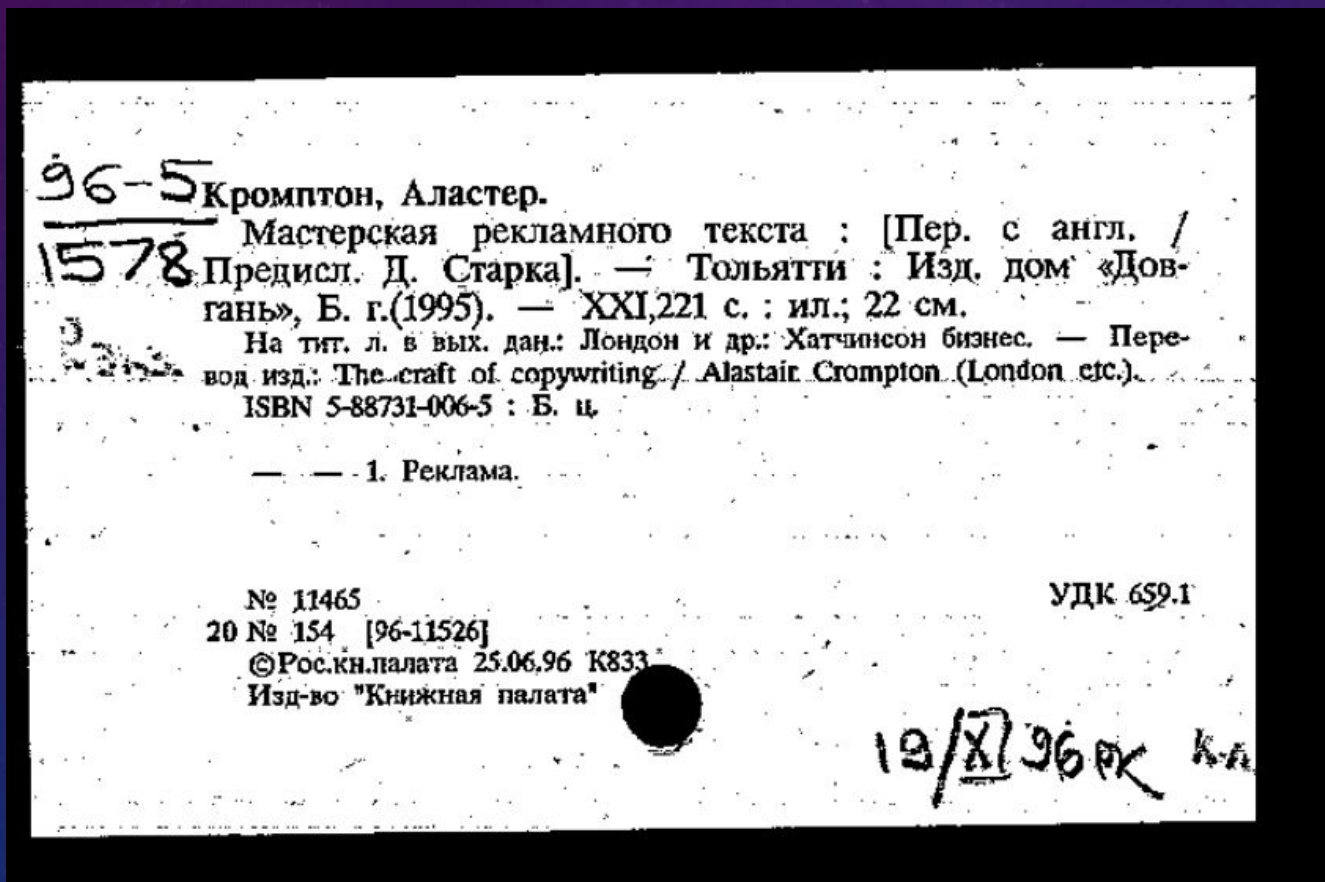
Регном.: КН-П-18-074498

[← Предыдущая запись](#) [Следующая запись ►](#)



[КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА] 32 ОТВЕТА

[Алестер Кромптон] 101 ответ





# [КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА] 303 ОТВЕТА

Запись 5 из 103

Тип документа: статья

Язык: английский

Шифр: 09957642

West, S.

The material promised land: Advertising's modern agenda in late imperial Russia // Russ. rev. - Syracuse (N.Y.), 1998. - Vol. 57, N 3. - P. 345-363

**Аннотация** : Реклама в России и ее влияние на потребительскую культуру населения, 1900-1913 гг.

**Ключевые слова:** Российское государство; Russia; городское население; urban population; культурный уровень; cultural level; реклама; advertising; потребительские предпочтения; consumer preferences

**Рубрики ИНИОН** : А0309310395; В5980; С83



# [КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА] 148 ОТВЕТОВ

**OPAC-Global**  
Разработано ДИТ-М на базе решений Software AG - opac.nbrkomi.ru

[Пройти](#)

**База данных:** Все базы НБР Коми  
**Поисковое выражение:** (FT коммерческая реклама)  
**Количество найденных записей:** 148

**Результаты**

1 2 3 4 5 6

|   |                          |   |
|---|--------------------------|---|
| 1 | <input type="checkbox"/> | <p>КНИГА. Одночастный.<br/>Савельева Ольга Олеговна. Живая история российской рекламы / Ольга Савельева. - М. : Гелла-принт, 2004. - 262 с. : ил. - (Рекламные технологии). - 5-901008-30-8 в обл. - Текст (визуальный) : непосредственный.<br/><b>Ключевые слова:</b> Россия -- История рекламы -- Реклама -- Коммерческая реклама -- Рекламные коммуникации</p> <p style="text-align: right;">Шифр: 76; Авт. знак: С12</p> <p><a href="#">Аннотация</a></p> <p>Местонахождение экземпляров:<br/>Национальная библиотека Республики Коми (г. Сыктывкар, ул. Катаева, 41)</p> <p style="text-align: right;"></p>  |
| 2 | <input type="checkbox"/> | <p>КНИГА. Одночастный.<br/>Панкратов Федор Григорьевич. Коммерческая деятельность : учебник для студентов вузов / Ф. Г. Панкратов. - Изд. 9-е, перераб и доп. - Москва : Дашков и К, 2006. - 502, [2] с. - 5-91131-008-2.<br/><b>Ключевые слова:</b> Коммерческая деятельность -- Коммерция -- Коммерческая работа -- Коммерческая информация -- Оптовая торговля -- Розничная торговля -- Биржевая торговля -- Аукционы -- Маркетинг -- Реклама -- Экспортные операции -- Импортные операции -- Таможенные операции -- Факторинг -- Лизинговые операции -- Склады -- Магазины</p> <p style="text-align: right;">Шифр: 65.42; Авт. знак: П16</p> <p>Местонахождение экземпляров:<br/>Национальная библиотека Республики Коми (г. Сыктывкар, ул. Катаева, 41)</p> <p style="text-align: right;"></p> |
| 3 | <input type="checkbox"/> | <p>КНИГА. Одночастный.<br/>Федотова Лариса Николаевна. Социология рекламной деятельности : учебник: для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама" / Л. Н. Федотова. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : Оникс, 2007. - 556 с. : ил. - 5-488-00639-7. - Текст (визуальный) : непосредственный.<br/><b>Ключевые слова:</b> Реклама -- Рекламные кампании -- Рекламные сообщения</p> <p style="text-align: right;">Шифр: 60.5; Авт. знак: Ф34</p> <p><a href="#">Аннотация</a></p> <p>Местонахождение экземпляров:<br/>Национальная библиотека Республики Коми (г. Сыктывкар, ул. Катаева, 41)</p> <p style="text-align: right;"></p>  |



# [КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА] 36 ОТВЕТОВ

## Результаты поиска

Записи с 1 по 9 из 9

**Берштадт, Артем Борисович (аспирант МГУП).** Социальная реклама книги / Артем Борисович Берштадт // Библиотекосведение = Library and information science : научно-практический журнал / Российская государственная библиотека. — М. — <URL:[http://www.rsl.ru/pub.asp?2003\\_4.htm](http://www.rsl.ru/pub.asp?2003_4.htm)>, 2008. — N 6. — С. 72-76 : 1 фот., 1 табл. — (Реклама и PR). — ISSN 0869-608X. — Библиогр.: с. 76 (11 назв.).

[ [Детальная информация](#) ]

**Вартанов, Анри.** День как год / Анри Вартанов // Журналист. — М. — <URL:<http://www.journalist-virt.ru>>, 2009. — №7. — С. 36-37 : фот. — (Телерадиоэфир).

[ [Детальная информация](#) ]

**Вартанов, Анри.** Без закона и без понятий / Анри Вартанов // Журналист. — М. — <URL:<http://www.journalist-virt.ru>>, 2009. — №9. — С. 44-45 : фот. — (Телерадиоэфир).

[ [Детальная информация](#) ]

**Николайшвили, Г. Г.** Социальная реклама: некоторые вопросы теории и практики / Г. Г. Николайшвили // Общественные науки и современность / Российская академия наук. — М. — <URL:<http://www.ecsocman.edu.ru/ons>>, 2009. — №1. — С. 101-109. — (Общество и реформы). — ISSN 0869-0499. — Библиогр.: с. 109.

[ [Детальная информация](#) ]

**Люсый, Александр Павлович (старший научный сотрудник).** Блеск и нищета элитистской парадигмы: о возможности критической элитологии / А. Люсый // Политический класс : Журнал политической мысли России. — М. — <URL:<http://www.politklass.ru>>, 2009. — №6. — С. 24-46 : 13 фот., 5 ил. — (Ребрендинг России). — ISSN 1814-1943.

[ [Детальная информация](#) ]

**Вайнер, Владимир.** 2009 год можно назвать годом социальной рекламы / Владимир Вайнер; беседовала Галина Осовская // Журналист. — М. — <URL:<http://www.journalist-virt.ru>>, 2010. — №8. — С. 32-33 : фот. — (Медиарынок).

[ [Детальная информация](#) ]

**Катернюк, А. В.** Современные рекламные технологии: коммерческая реклама : Учеб. пособие / А. В. Катернюк. — Ростов н/Д : "Феникс", 2001. — 316с. — Библиогр.: с.306-313. — ISBN 5-222-01525-4.

[ [Детальная информация](#) ]

**АлександрШалаев, А.** [Рецензия] / Александр Шалаев // Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре. — 2004. — N 2. — С. 122-123. — ISSN 0869-6365. — Рец. на кн.: Кляйн Н. No logo : люди против брендов / Наоми Кляйн. — М.: Добрая книга, 2003. — 624 с.

[ [Детальная информация](#) ]

**Александр Николаевич (Эксперт Информационно-исслед. центра "Панорама"; 1958-) Тарасов, А.** Не мир, но бренд : восприятие бренд-агрессии провинциальной молодежью в России / Александр Тарасов // Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре. — 2004. — N 2. — С. 21-28. — ISSN 0869-6365.

[ [Детальная информация](#) ]



# РАЗДЕЛ №3

The background features a dark blue gradient with a subtle pattern of white stars and technical diagrams. On the right side, there are several circular diagrams resembling gauges or dials with numerical scales (e.g., 100, 110, 120, 130, 140, 150, 160, 170, 180, 190, 200, 210) and arrows. Some diagrams are solid lines, while others are dashed. The overall aesthetic is futuristic and technical.

Научный  
руководитель

Казакова Карина  
Ацамазовна

к. истор. н., доцент

Семиотические модели  
рекламы и т.д.







# 7

## ИСТОРИЯ

### REFERENCES

1. GARF. F. 9458. Op. 1. D. 143.
2. GARF. F. 9458. Op. 1. D. 167.
3. RGIA. F. 1284. Op. 224. D. 753.
4. RGIA. F. 1284. Op. 224. D. 796.
5. Zemschchina. 1915. 11 dekabrya.
6. Den'. 1915. 7 oktyabrya.
7. Evreyskaya nedelya. 1915. 11 oktyabrya. N 21.
8. Kiyevskaya mysl'. 1915. 6 sentyabrya.
9. Kiyevskaya mysl'. 1915. 8 noyabrya.
10. Kiyevskaya mysl'. 1915. 11 sentyabrya.
11. Kiyevskaya mysl'. 1915. 13 sentyabrya.
12. Kiyevskaya mysl'. 1915. 24 sentyabrya.
13. Minskiy golos. 1915. 28 sentyabrya.
14. Osobyie zhurnaly Soveta ministrov. 1915 god. M.: ROSSPEN, 2008.
15. Rech. 1915. 9 oktyabrya.
16. Sobraniye uzakoneniy i rasporyazheniy pravitel'stva, izdavayemom pri Pravitel'stvennom Senate. Pg., 1916. Otdel 1. N 232. Stlb. 1764.
17. Ulro Rossii. 1915. 7 oktyabrya.
18. Yuzhny kray. 1915. 19 oktyabrya.

*К. А. Казакова*

### МОДЕРНИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В КОМИ АССР В 1930–1950-е ГОДЫ: РОЛЬ РЕПРЕССИРОВАННЫХ УЧЕНЫХ-БИОЛОГОВ

*Работа представлена кафедрой отечественной истории  
Сыктывкарского государственного университета.*

*Статья посвящена раскрытию вопроса сельскохозяйственного освоения территории Коми АССР в 1930–1950-е гг. при помощи «лагерного» метода. Достаточно подробно анализируются деятельность репрессированных биологов в сельскохозяйственных подразделениях лагерей, авторы аргументированно доказывают важность их вклада в модернизацию сельского хозяйства Коми АССР.*

**Ключевые слова:** Коми АССР, освоение северных территорий, модернизация, сельское хозяйство.

*К. Kazakova*

### AGRICULTURAL MODERNISATION OF THE KOMI ASSR IN THE 1930–1950S: THE ROLE OF THE REPRESSED BIOLOGISTS

*The article is devoted to the agricultural development of the Komi ASSR territory in the 1930–1950s. The author analyses in detail the activity of the repressed biologists in the agricultural colonies and shows their contribution to the modernisation of the Komi ASSR agriculture.*

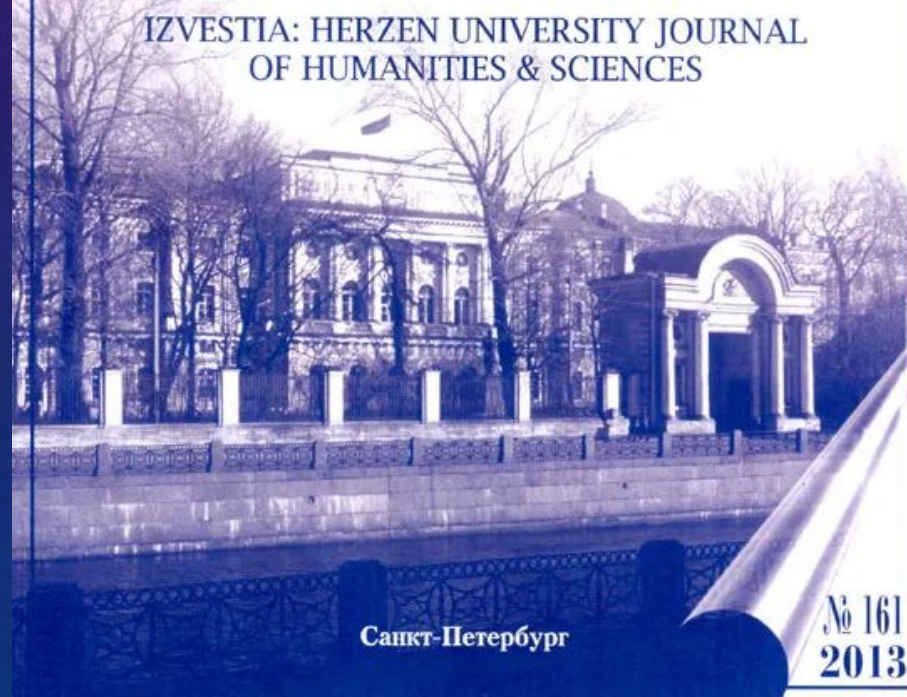
**Key words:** Komi ASSR, development of northern territories, modernisation, agriculture.

В середине 1920-х гг., когда в СССР был провозглашен курс на индустриализацию, руководством страны была поставлена задача в кратчайшие сроки реконструировать материально-техническую базу народного хозяйства, создать новые отрасли промышленности и укрепить обороноспособность государства.

В конце 1920-х – начале 1930-х гг. начинается активное освоение северных территорий. Территория Коми была богата природными ресурсами, но огромные лесные площади, богатейшие залежи нефти и угля требовали большого количества рабочей силы. Модернизация экономики республики в большей степени

# ИЗВЕСТИЯ РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕДАГОГИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМ. А. И. ГЕРЦЕНА

IZVESTIA: HERZEN UNIVERSITY JOURNAL  
OF HUMANITIES & SCIENCES







# 16

## КОММУНИКАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

УДК 659.13

*К. А. Казакова*

*Сыктывкарский государственный университет  
имени Питирима Сорокина, республика Коми*

*А. Н. Горюнович*

*Сыктывкарский государственный университет  
имени Питирима Сорокина, республика Коми*

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНЫХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ В ПРОДВИЖЕНИИ БРЕНДА ТЕРРИТОРИИ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КОМИ)

*В работе рассмотрен вопрос о проблеме разработки и способах продвижения бренда Республики Коми, а также представлен опыт кафедры связей с общественностью и рекламы СГУ им. Питирима Сорокина по продвижению территориального бренда Республики Коми при помощи визуальных средств.*

*Существующий бренд Коми Республики сосредоточен на экологичности и не включает такие аспекты, как традиционную культуру коми народа, его историю, существующие природные объекты и достижения, что указывает на определённую дискуссионность вопроса его окончательной разработки.*

*Продвижение бренда Коми осуществляется различными визуальными средствами, имеющими цель отражения специфики бренда и территории в целом. Среди таких средств отметим не только печатную продукцию и инфографику, но и изделия из природных объектов (материалов – глина, береста и т. д.), предметы традиционной культуры (национальные костюмы, предметы быта), фотографии о местных достопримечательностях, телепередачи, документальные фильмы. Главная задача визуализации – закрепить в сознании аудитории наиболее характерные и яркие черты, связанные с регионом Коми.*

**Ключевые слова:** бренд территории, Республика Коми, продвижение, коммуникация, визуализация.

Брендинг территории является сегодня достаточно актуальным направлением деятельности. Успешно разработанный бренд позволяет сделать территорию позитивно известной и привлекательной для различных категорий населения: местные жители не уезжают, а остаются и вносят свой вклад в ее развитие, приезжают на учебу студенты из других городов, туристы стремятся посетить привлекательные места, регион становится инвестиционно привлекательным для бизнеса. Таким образом, бренд является одной из составляющих, способствующих росту конкурентоспособности, известности той или иной территории, формированию по отношению к ней позитивного отношения со стороны общественности и власти. Это, в свою очередь, создает дополнительные условия для развития региона. При этом надо учитывать, что бренд не создается произвольно. Он должен, как минимум, отражать специфику региона, вызывать определенные ассоциации с данной территорией. В связи с этим следует отметить, что создание бренда территории – достаточно непростой процесс, сопровождающийся длительными дискуссиями.

Республика Коми (РК) расположена к западу от Уральских гор (на крайнем северо-востоке России) и входит в состав Северо-Западного федерального округа. Её площадь составляет 416 тыс. кв. км. (2,4 % площади России) [9]. Соседями Коми республики являются: Ненецкий АО – север, северо-восток; Ямало-Ненецкий АО – северо-восток, восток; Ханты-Мансийский АО – юго-восток, юг. Также соседями на юге являются Свердловская область и Пермский край; на юге, юго-западе и западе она граничит с Кировской областью, а на северо-западе – с Архангельской [20]. Столицей является город Сыктывкар.

# знак

проблемное поле медиаобразования

**научный журнал**

медиа и образование

современное состояние  
журналистики

язык и стиль

история журналистики  
и критики

## 2018

## № 1 (27)





# ФИДБЭК



ОСИПОВ МАКСИМ

СЕРГЕЕВИЧ [osipovmaxxim@gmail.com](mailto:osipovmaxxim@gmail.com)



**СПАСИБО  
ЗА  
ВНИМАНИЕ!**