

# Оглавление

---

---

<b>Маленькое, но гордое предисловие</b>	<b>9</b>
<b>Глава 1. Как это начинается</b>	<b>11</b>
<b>Глава 2. Что такое рекламный ролик</b>	<b>13</b>
<b>Глава 3. Что рекламирует рекламный ролик</b>	<b>17</b>
<b>Глава 4. Зачем маркетинг рекламному ролику</b>	<b>25</b>
<b>Глава 5. Как заранее узнать, что ролик хороший</b>	<b>33</b>
<b>Глава 6. Простые правила настоящего ролика</b>	<b>45</b>
<b>Глава 7. Механизмы воздействия и убеждения</b>	<b>51</b>
<b>Глава 8. Основные инстинкты в ролике</b>	<b>65</b>
<b>Глава 9. Хронометраж ролика</b>	<b>77</b>
<b>Глава 10. Серил ролика</b>	<b>83</b>
<b>Глава 11. Ролик в рекламном блоке</b>	<b>91</b>
<b>Глава 12. Аудитория ролика</b>	<b>99</b>
<b>Глава 13. Ролик или телемагазин?</b>	<b>109</b>
<b>Глава 14. Виды рекламных роликов</b>	<b>113</b>
<b>Глава 15. От брифа к идее ролика</b>	<b>121</b>
<b>Глава 16. Сценарий рекламного ролика</b>	<b>127</b>
<b>Глава 17. Раскадровка как борьба со страхом рекламодателя</b>	<b>141</b>
<b>Глава 18. Что надо выбрать до съемки</b>	<b>149</b>
<b>Глава 19. Кастинг ролика</b>	<b>155</b>
<b>Глава 20. Съемка ролика и рекламодатель</b>	<b>165</b>
<b>Глава 21. Постпродакшн и монтаж ролика</b>	<b>181</b>
<b>Глава 22. Сдача-приемка ролика</b>	<b>191</b>
<b>Глава 23. Смета ролика и экономия затрат</b>	<b>199</b>
<b>Глава 24. Как сыграть роль рекламодателя</b>	<b>209</b>
<b>Предметный указатель</b>	<b>217</b>