

advertising budget	рекламный бюджет
“below-the-line” advertising	нестандартная реклама
direct mail	прямые рассылки
billboards	рекламные щиты
in-store promotions	промо-акции в магазинах
telemarketing	телемаркетинг
sponsoring events	спонсирование событий
advertising entices children to drink and smoke	реклама искушает детей пить и курить
marketing campaigns	маркетинговые кампании
to shape preferences	формировать предпочтения
to promote junk food on television	продвигать нездоровую пищу по телевидению
to impose restrictions on the marketing of tobacco and alcohol	ввести ограничения на продвижение табака и алкоголя
to ban adverts	запретить рекламу
to hook children	подцепить детей на крючок
food promotion	продвижение продуктов питания
conventional commercials	обычные рекламные ролики
children’s exposure to junk-food marketing	подверженность детей продвижению нездоровой пищи
children’s vulnerability	уязвимость детей
a splendid audience	отличная аудитория
the influence of marketing on minors	влияние маркетинга на детей
legislation to curb marketing to children	законы, ограничивающие продвижение детям
children might be manipulated by a commercial	дети могут попасть под манипуляцию рекламных роликов
such marketing contributes to childhood obesity	такой маркетинг способствует детскому ожирению
children are gullible	дети доверчивы
to shield children from marketing	защитить детей от маркетинга
product placement	непрямой показ продукции (в фильмах)
glossy magazine ads	реклама в глянцевых журналах

consumers can be targeted by internet advertisers	потребители могут стать мишенью интернет-рекламодателей
a surge in online advertising	всплеск интернет рекламы
getting value for money	получать качество за потраченные деньги
consumers are becoming far more sophisticated	потребители становятся более сложными
“viral” marketing	вирусный маркетинг
consumer resistance to the growing intrusiveness of advertising	сопротивление потребителя всё растущей назойливости рекламы
people often reject traditional ads	люди часто отвергают традиционную рекламу
unscrupulous marketing techniques	безнравственные маркетинговые техники
unethical marketing	неэтичный маркетинг
the companies violate ethical marketing codes	компании нарушают этический кодекс маркетинга
drug companies make inaccurate claims about the safety	фармацевтические компании делают неправдивые утверждения о безопасности
doctors are offered incentives to prescribe drugs	докторам предлагают вознаграждение за назначение лекарств
misleading information	вводящая в заблуждение информация

Reading links:

[Are children fair game for sophisticated and relentless marketing techniques? Many countries think not](#)

[Kid gloves](#)

[The harder hard sell](#)

[Report reveals tricks of pharmaceutical trade](#)

Videos:

[Life lessons from an advertising man](#)

[John Gerzema: The post-crisis consumer](#)

Essay topics:

1. Consumers are faced with increasing numbers of advertisements from competing companies. To what extent do you think consumers are influenced by advertisements? What measures can be taken to protect ordinary people?
2. Some of the methods used in advertising are unethical and unacceptable in today's society. To what extent do you agree or disagree with this view?
3. Advertising is an integral part of modern life. Some people say that advertising is a positive phenomenon, while others say it is a negative one. Discuss both views and include your own opinion.
4. There is an increasing amount of advertising directed at children, which encourages them to buy goods such as toys and snacks. Many parents are worried that advertisements put too much pressure on children, while some advertisers claim that they provide useful information. Discuss both views and give your opinion.