



# Содержание

Введение .....	3
Глава 1. Профессиональная лексика специалиста по рекламе.....	4
Глава 2. Самопрезентация специалиста по рекламе.....	29



# Введение

В данный мини-словарь включены самые необходимые слова и выражения для специалиста по рекламе. Пользуясь словарем, Вы сможете:

- работать с зарубежной прессой;
- написать рецензию, пресс-релиз или текст рекламного характера;
- договориться об интервью или публикации о компании/продукте/сервисе;
- составить ТЗ на рекламно-информационные материалы (листовки, брошюры и пр.)
- развить навыки общения с зарубежными партнерами и клиентами;
- подготовить и сделать (само)презентацию на английском языке.

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

### А

**accomplish** – выполнять

**accomplish tasks** – выполнять задания

**accomplish work** – выполнять работу

**accuracy** – точность

**accurate** – точный

**accurately** – точно

**achieve** – достигать

**achieve a goal** – достигать цель

**achieve an objective** – достигать цель

**adequate security** – достаточная безопасность

**adherence to specifications** – строгое соблюдение требований технических условий

**adjust broadcasting schedules** – приспособлять расписания трансляций

**advancement** – продвижение, улучшение, развитие, прогресс

**advertising and promotional material** – рекламный материал

**affect** – влиять

**agency rules** – правила агентства

**add** – добавлять



# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**allow** – позволять

**application** – просьба, заявление, форма заявления

**approach** – подход

**approach to a problem** – подход к проблеме

**appropriate tool** – соответствующий, подходящий инструмент

**approve requests** – принимать запросы

**arbitrate disputes** – решать споры в арбитражном порядке

**arrange smth in a certain order** – расположить что-то в определенном порядке

**artistic contribution** – артистический вклад

**analyze data or information** – анализировать данные или информацию

**artistic occupation** – артистическое занятие

**assess the value/importance/quality** – оценивать стоимость/важность/качество

**assessment technique** – техника оценки

**assigned** – назначенный

**audio and video records** – аудио/видео записи

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

### В

**basic principles** – базовые принципы

**blueprint** – проект, образец, шаблон

**broadcast** – передавать, вещать

**build a team** – построить команду

**buy** - покупать

### С

**cancellation** – отмена

**correctness** – правильность

**carry out work procedures** – выполнять работу

**categorization** – категоризация

**change one's mind** – передумать

**changes in circumstances or events** – изменения в обстоятельствах или событиях

**characteristic** – характеристика

**choose the best solution** – выбрать лучшее решение

**clear set of rules** – понятный набор правил

**confer** – подтверждать

**client** – клиент

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**combine** – комбинировать

**combine and organize pieces of information** – комбинировать и организовывать части информации

**come up with an idea** – предложить идею

**communicate** – общаться

**communication** – общение

**communicative** – общительный

**compare** – сравнивать

**compose music** – писать музыку

**concentrate** – концентрироваться

**conclusion** – заключение

**conduct** – вести, проводить

**conference** – конференция

**conflict** – конфликт

**construct** – конструировать

**consult** – консультировать

**contact** – контактировать

**contract** – контракт, договор

**control** – контроль, контролировать

**convince** – убеждать

**cooperation** – сотрудничество, содействие, совместные действия

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**coordinate** – координировать

**coordination** – координация

**correct** – исправлять

**correctable** – исправимый

**costs** – затраты, издержки

**court procedure** – судебная процедура

**coworker** – коллега

**create** – создавать

**creative way** – креативный способ

**creativity** – креативность

**coordinate activities of departments** – координировать действия отделов

**critical thinking** – критическое мышление

**culture** – культура

**custom** – традиция

**customer** – клиент, посетитель

**customer satisfaction evaluation technique** – техника оценивания качества обслуживания клиента

**customer service** – обслуживание заказчика, служба по работе с заказчиками



# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

### D

**deal with** – иметь дело с

**deal with the public** – иметь дело с общественностью

**decline** – отклонить

**deliver** – доставить

**delivery system** – система доставки

**demand** – требование

**department head** – глава отдела, департамента

**design** – дизайн

**design principle** – принципы дизайна

**design techniques** – техники дизайна

**detect problems** – определять проблемы

**determine** – определять

**determine cost effectiveness of promotion**

**campaigns** – определять эффективность затрат на рекламные кампании

**develop** – развивать

**develop approach for implementing an idea** – разрабатывать подход к воплощению идеи

**develop formal training programs or classes** – разрабатывать официальные учебные

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

программы или занятия

**develop and produce advertisements** – разрабатывать и производить рекламные объявления

**direct activities of workers** – направлять деятельность работников

**directions** – указания

**discourteous individuals** – грубые/невежливые личности

**discuss a topic** – обсуждать тему

**dissemination techniques** – техники распространения (чего-либо)

**distract** – отвлекать

**direct** – направлять, руководить, управлять

**distracting material** – отвлекающий материал

**distracting sounds** – отвлекающие звуки

**divide** – делить, разделять

**drawing** – рисунок, набросок, эскиз, чертеж

### E

**edit a script** – редактировать текст, сценарий

**educational needs** – потребности в образова-

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

нии

**effectively convey information** – эффективно передавать информацию

**effort** – попытка

**executive order** – исполнительный приказ

**e-mail** – электронная почта, электронное письмо

**employee** – сотрудник

**engage in** – заниматься, быть вовлеченным

**entertain** – развлекать

**establish and maintain relationships** – устанавливать и поддерживать отношения

**establish long range objectives** – устанавливать долгосрочные цели

**estimate** – оценивать

**evaluate** – оценивать

**evaluate information against a set of standards** – оценивать информацию по списку стандартов

**event** – событие, мероприятие

**exchange** – обменивать

**execution** – исполнение

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**expenditure** – расходование, трата денег; потребление, затраты (энергии, труда, времени); издержки

**easy to get along with smb** – легко ладить с кем-либо

**equipment** – оборудование

**explain** – объяснять

**external customers** – внешние клиенты, заказчики

### F

**face-to-face** – лично

**fact** – факт

**feedback** – отклик, отзыв

**feeling of accomplishment** – чувство выполнения, достижения, успеха

**fellow worker** – коллега

**figure out a problem** – сформулировать проблему

**finance** – отдел финансов

**finish** – заканчивать

**focus on** – фокусироваться на

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**form** – форма

**frustrating circumstances** – огорчающие обстоятельства

**function** – функция

### G

**give directions and instructions** – давать указания и инструкции

**good working conditions** – хорошие условия труда

**goods** – товары

**government** – правительство

**government regulations** – нормативные акты

**graphic arts** – отдел графического дизайна

**group and individual teaching techniques** – техники группового и индивидуального обучения

### H

**handle complaints** – справляться/иметь дело с жалобами

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**handle paperwork** – справляться с канцелярской работой

**hands-on problems** – практические, связанные с жизнью проблемы

**hinder the accomplishment of a job** – препятствовать выполнению работы

**hire** – нанимать

**human behavior and performance** – человеческое поведение

I

**idea** – идея

**identify essential information** – идентифицировать важную информацию

**imagine** – представлять (себе)

**impact on human culture** – влияние на человеческую культуру

**implement ideas or programs** – обеспечивать воплощение идей и программ

**improve skill** – улучшать навык

**in accord with one's ideas** – в соответствии с чьими-либо идеями



# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**in writing** – письменно

**include** – включать (в себя)

**individual development plan** – индивидуальный план развития

**influence** – влиять; влияние

**inform** – информировать

**information** – информация

**inputs** – вложения, затраты, инвестиции

**inspect** – инспектировать, изучать

**inspect layouts** – внимательно изучать схемы/  
планы

**install** – устанавливать

**instruct** – инструктировать

**instruction** – инструкция

**integrate** – интегрировать

**interact** – взаимодействовать

**interpret** – устно переводить, интерпретировать

**interview** – интервьюировать

**invent** – изобретать

**involve** – вовлекать

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

### J

**job-relevant knowledge** – знания, относящиеся к работе, важные/значимые для работы

### K

**keep up-to-date** – быть в курсе нового  
**knowledge of laws** – знание законов

### L

**leadership techniques** – техники лидерства  
**level of automation** – уровень автоматизации  
**legal codes** – свод законов  
**logical explanation** – логическое объяснение  
**long-term outcome** – долгосрочный результат  
**looked up to** – уважать

### M

**make a decision** – принять решение  
**marketing** – маркетинг

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**marketing strategies and tactics** – маркетинговые стратегии и тактики

**materials** – материалы

**meaningful** – значимый

**media** – отдел рекламы

**media planning** – планирование использования средств рекламы

**media production** – средства массовой информации

**mental processes** – умственный процесс

**mentally** – умственно

**merchandise** - продавать, торговать; продвигать на рынке (товары); рекламировать

**method** – метод

**model** – модель

**modify** – изменять, модифицировать

**monitor** – мониторить, отслеживать, контролировать

**motivate** – мотивировать

**move** – двигать

**make decisions** – принимать решения

**multiply** – увеличивать, умножать (количество чего-либо)

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**mutual trust** – взаимное доверие

### N

**negotiate** – обсуждать

**negotiation strategy** – стратегия переговоров

### O

**objective** – цель

**observe** – наблюдать, следить (за чем-либо);  
замечать, обращать внимание (на что-либо)

**obtain information** – получать информацию,  
добывать сведения

**offer** – предлагать

**opportunity for advancement** – возможность  
для продвижения/улучшения

**organization** – организация

**organize** – организовывать

**originate** – создавать

**outcome** – результат, итог

**outcome of a problem solution** – результат ре-  
шения проблемы

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**organizational planning** – организационное планирование

**output** – продукция, выпуск изделий

**oversee the spending of money** – следить за тратой денег

### Р

**paperwork** – канцелярская работа, работа с документами

**perform** – выполнять

**perform day-to-day administrative tasks** – выполнять ежедневные административные задачи

**personal service** – индивидуальный подход

**persuade** – убеждать

**plan** – (сущ.) план; (гл.) планировать

**plan and execute advertising policies** – планировать и вести рекламную политику

**potential for leadership** – потенциал лидерства

**practical** – практический, практичный, дельный

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**premise** – исходное условие, предположение, допущение, предпосылка

**prepare** – готовить

**present smth in writing** – представлять что-то в письменной форме

**presentation** – презентация

**prestigious** – престижный

**principles, tools and instruments** – принципы и инструменты

**prioritize** – отдавать предпочтение, уделять первостепенное внимание

**product** – продукт

**product demonstration** – демонстрация продукта

**product research and development** – исследование и развитие продукта

**product to be advertised** – продукт, который должен быть прорекламирован

**production methods** – методы, способы, технология производства

**program** – программа

**promote** – продвигать

**promotion** – продвижение



# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**promotion regulations and procedures** – правила и порядок продвижения

**promotional material** – рекламные материалы

**promotional purposes** – цели продвижения

**props** – реквизит

**provide a service to** – предоставить услугу (кому-либо)

**pattern** – образец, модель

**provide assistance** – оказывать помощь, содействие

**provide information / documentation / detailed instructions / drawings / specifications** – предоставлять информацию / документацию / детальные инструкции / рисунки / спецификации

**provide consultation and expert advice to smb** – давать консультацию и экспертный совет кому-либо

**psychological research methods** – психологические методы исследования

**publication** – публикация

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

### Q

**quality** – качество

**quality control** – контроль качества

**quality service standard** – стандарт качества  
сервиса

**quickly and correctly** – быстро и правильно

### R

**raw material** – сырой материал

**realistic** – реалистичный

**rearrange** – менять, переделывать, переустраивать, передвигать, трансформировать

**reason with information and data** – обосновывать, привлекая информацию и данные

**reason** – причина

**receive** – получать

**recognize differences or similarities** – видеть  
отличия или сходства

**recruit** – нанимать (на работу)

**recruitment** – набор (кадров), наём (сотрудников)

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**relationships** – отношения

**relative importance of information** – относительная важность информации

**relevant sources** – релевантные источники

**remember** – помнить

**requirements to create a design** – требования к дизайну

**reorganize information** – реорганизовывать, изменять, обновлять, преобразовывать информацию

**represent a company at trade association meetings** – представлять компанию на встречах торгово-промышленной организации

**require** – требовать

**requirement** – требование

**research** – отдел исследований

**resolve a conflict** – разрешить конфликт

**resolve grievances** – уладить недовольство, жалобу

**resource** – источник, ресурс

**resource allocation** – распределение ресурсов

**respect** – уважать

**responsibility** – ответственность

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**responsible** – ответственный

**result** – результат

**retail sales** – розничная торговля

**routine** – работа по графику

**rule** – правило

### S

**sales** – отдел продаж

**sales control system** – система контроля продаж

**sales techniques** – техники продаж

**satisfy** – удовлетворять

**schedule** – планировать, составлять расписание

**search for facts** – искать факты

**see details at a distance** – видеть детали на расстоянии

**select** – отбирать

**selection** – отбор

**selection of advertising media** – отбор рекламных средств

**self-expression** – самовыражение

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**sell** – продавать

**sell products or services** – продавать продукты или сервисы

**sense of right and wrong** – чувство того, что верно, а что неверно

**separate pieces (parts) of information** – отдельные части информации

**services and facilities** – сервисы и удобства

**set performance standards** – устанавливать рабочие показатели

**size** – размер

**solution** – решение

**solve a problem** – решать проблему

**sound** – звук

**sound effects** – звуковой эффект

**speak clearly** – понятно говорить

**specify** – уточнять

**specify the strategies and actions** – уточнять стратегии и действия

**speech** – речь

**staff** – персонал, штат сотрудников

**stay informed on trends, innovations, and changes** – оставаться в курсе трендов,

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

инноваций и изменений

**steady employment** – постоянная занятость

**strategic planning** – стратегическое планирование

**strategy** – стратегия

**strengths and weaknesses** – сильные и слабые стороны

**subordinate** – подчиненный

**success** – успех

**supervise** – контролировать

**supervisor** – контролер

**system** – система

Т

**take a position opposed** – принимать противоположную позицию

**take risks** – рисковать

**team members** – члены команды

**technical plan** – технический план

**technique** – техника

**treat smb fairly** – обращаться с кем-либо справедливо



# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

**training techniques** – техники тренинга

**touch** – трогать

**think creatively** – думать креативно

**trade journals** – отраслевой журнал

**train** – тренировать

**training** – тренинг

**translate** – переводить

### U

**underlying principles** – принципы, лежащие в основе

**unpleasant** – неприятный

**update** – обновлять

**use** – (гл.) использовать, (сущ.) польза

### V

**values** – ценности

**verify information** – проверить информацию

**via telephone** – по телефону

**visual materials** – наглядные материалы

# Глава 1

## Профессиональная лексика специалиста по рекламе

W

**work and activities of others** – работа и действия других

**written, oral, visual media** – письменные, устные, визуальные средства (рекламы)

# Глава 2

## Самопрезентация специалиста по рекламе

Если Вам необходимо рассказать о своих должностных обязанностях на английском языке, сделать это можно так:

**I am an advertisement manager. I convince others to buy goods, or otherwise change their minds or actions. I communicate with persons outside the organization, represent the organization to customers, the public, government, and other external sources. For example, I represent the company at trade association meetings to promote our products. I contact organizations to explain services and facilities offered or to secure props, audio visual materials, and sound effects. I provide documentation, detailed instructions, drawings, or specifications to inform others about how devices, parts, equipment, or structures are to be fabricated, constructed, assembled, modified, maintained, or used.**

**I provide assistance or personal care to others. I supervise and train service representatives. I establish long range objectives and specify the strategies and actions to achieve these objectives. I coordinate members of a work group to accomplish tasks. I schedule work and activities.**

# Глава 2

## Самопрезентация специалиста по рекламе

**I direct activities of workers engaged in developing and producing advertisements. I plan and execute advertising policies of organization. I plan and prepare advertising and promotional material. I confer with department heads and/or staff about topics such as contracts, selection of advertising media, or product to be advertised. I coordinate activities of departments, such as sales, graphic arts, media, finance, and research. I monitor and analyze sales promotion results to determine cost effectiveness of promotion campaigns. I inspect layouts and advertising copies and edit scripts, audio and video records, and other promotional material for adherence to specifications. I analyze data and information, observe, receive and obtain it from all relevant sources. I also evaluate it against a set of standards and verify that it is correct. I provide information to supervisors, fellow workers, and subordinates.**

**I think creatively. I originate, invent, design, or create new applications, ideas, relationships, systems, or products. I read trade journals and professional literature to stay informed on trends, innovations, and changes that affect media planning.**

# Глава 2

## Самопрезентация специалиста по рекламе

Я специалист по рекламе. Я убеждаю других покупать товары или изменить их мнение или действия. Я общаюсь с людьми вне организации, представляю ее клиентам, общественности, правительству и другим внешним источникам. Например, я представляю компанию на встречах торговой ассоциации, чтобы прорекламить наш продукт. Я связываюсь с организациями, чтобы объяснить предоставляемые услуги или обеспечить наглядными материалами, аудио-визуальными материалами и звуковыми эффектами. Я предоставляю документацию, детальные инструкции, рисунки, спецификации, чтобы проинформировать других о том, как собирать, конструировать, изменять, поддерживать и использовать устройства, части, оборудование или здания.

Я предоставляю помощь другим. Я контролирую представителей услуг и тренирую их. Я устанавливаю долгосрочные цели и определяю стратегии и действия, необходимые для их достижения. Я координирую работу членов группы для выполнения задачи.

# Глава 2

## Самопрезентация специалиста по рекламе

Я составляю расписание работы.

Я координирую действия работников, вовлеченных в разработку и составление рекламных объявлений. Я планирую и готовлю рекламный материал. Я обсуждаю с главами отделов и/или с персоналом такие темы, как договоры, отбор сми для рекламы, продукт, который должен быть прорекламирован. Я координирую деятельность таких отделов, как отдел продаж, отдел графического дизайна, отдел сми, финансовый и исследовательский отделы. Я постоянно проверяю и анализирую результаты продвижения товара и определяю эффективность затрат на рекламную кампанию. Я проверяю макеты и рекламные листки, исправляю тексты, аудио- и видеозаписи и другой рекламный материал, чтобы тот строго соответствовал спецификациям.

Я анализирую данные и информацию и получаю их из всех соответствующих источников. Я также оцениваю ее по списку стандартов и выверяю ее правильность. Я предоставляю информацию



# Глава 2

## Самопрезентация специалиста по рекламе

контролерам, коллегам и подчиненным.

Я мыслю креативно. Я изобретаю, придумываю, создаю новые приложения, идеи, отношения, системы или продукты. Я читаю отраслевые журналы и профессиональную литературу, чтобы оставаться проинформированным по поводу трендов, инноваций и изменений, которые влияют на медиа-планирование.



# LINGVISTER

онлайн-школа иностранных языков

Хотя в настоящее время английским владеют худо-бедно все, написать пресс-релиз на английском языке без ошибок – это высший пилотаж, который под силу практически единицам. Даже если Вы не работаете с иностранной прессой напрямую, а привлекаете агентства, где англоязычный корректор проверяет ваш текст на ошибки и «отшлифовывает» его до блеска, желательно все же подтянуть свой английский до адекватного уровня. В конце концов, стыдно переводить рекламные посты в Facebook с помощью встроенного переводчика. Чтобы общаться на конференции с иностранным журналистом ваш английский не обязательно должен быть на уровне Стэнфордского университета, но адекватно отреагировать на шутку и понимать сленг – это must-have!



# LINGVISTER

онлайн-школа иностранных языков

Еще важнее – знать правила межкультурной коммуникации, ведь то, что для русского является вполне нормальным, представителю другой культуры может показаться вопиющим безобразием. Поэтому курс английского языка для специалистов по рекламе предполагает изучение не только профессиональных терминов, но и культурологических аспектов.

[Посмотреть программу курса »](#)

