

## **ГЛОССАРИЙ ТЕРМИНОВ АУДИОБРЕНДИНГА**

**АУДИОБРЕДИНГ** - часть медиабрендинга, уникальное звуковое оформление и инструмент звуковой (аудиальной) маркетинговой поддержки бренда. Аудиобрендинг подразумевает использование фонограмм для придания уникального звучания бренду.

**АУДИОРЕКЛАМА** – формат маркетинговых коммуникаций, где основная информация передается посредством звукового ряда.

**АКУСТИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН** – комплекс мер и средств, которые позволяют музыке внутри помещения звучать приятно и естественно.

**ВНУТРЕННЕЕ ИЛИ ИНСАЙД РАДИО** - средство прямого общения с покупателями внутри торговой точки, с помощью которого повышается узнаваемость бренда и формируется потребительское настроение.

**ДЖИНГЛ** - имиджевый музыкально-информационный элемент с произнесением или пропеванием (чаще всего многоголосным) названия бренда и его фирменного слогана. Продолжительность Джингла от 3-х до 7-ми секунд. Джингл может быть создан на основе музыкального логотипа или других имеющихся имиджевых элементов, например, рекламная песня, гимн, фирменная композиция.

**ЗВУКОВОЙ ПРОДАКТ-ПЛЕЙСМЕНТ** - размещение упоминания товара или торговой марки в каком-либо продукте, индустрии, культуре или произведении искусства. Приём неявной (скрытой) рекламы, заключающийся в том, что элементы звучания в фильмах, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальных клипах, аудиокнигах имеют реальный коммерческий аналог - бренд. Может проявляться в демонстрации непосредственно самого рекламируемого продукта, его логотипа, а также упоминания продукта в положительном смысле.

**КОММЕРЧЕСКИЙ АУДИОТРЕК** – аудиотрек, созданный с целью повышения экономической эффективности деятельности компании.

**КОРПОРАТИВНАЯ ИЛИ БРЕНДОВАЯ ПЕСНЯ** - песня, используемая компанией в рамках корпоративной культуры. К корпоративным песням относятся корпоративные гимны, а также ситуативные песни, то есть песни, написанные для конкретной ситуации (юбилей фирмы и т. п.). Корпоративные песни являются частью аудиобрендинга компании.

**КОРПОРАТИВНЫЙ ГИМН** - торжественная песня, восхваляющая и прославляющая кого-либо или что-либо. В подавляющем большинстве случаев

расценивается как официальный символ компании, наряду с уставом, флагом, товарным знаком.

**МЕДИАБРЕНДИНГ** - процесс продвижения бренда (торговой марки) через распространение медиаконтента в средствах массовой информации.

**МУЗЫКАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ САЙТА** - один из способов индивидуализации бренда. Оно задерживает пользователя на электронных страницах бренда, привлекает к ним особое внимание.

**МУЗЫКАЛЬНЫЙ ЛОГОТИП ИЛИ АУДИОЛОГОТИП БРЕНДА** - короткая музыкальная фраза или мотив, звуковое выражение товарного знака, бренда, личности, продукта. Краткий лейбл, который призван привлечь внимание слушателей (потенциальных потребителей), запомниться им и создать связь между услышанным и уникальным предложением.

**МУЗЫКАЛЬНЫЙ ШАБЛОН ИЛИ СЭМПЛ** - относительно небольшой оцифрованный звуковой фрагмент. В качестве сэмпла чаще выступает звук акустического инструмента.

**ПЛЕЕР** – устройство или программа для воспроизведения аудио.

**ПОДКАСТИНГ** - способ публикации аудиозаписей, новостей компании или статей в сети Интернет в формате MP3, при котором пользователь может прослушать аудиофайл прямо на сайте компании, либо скачать его в mp3 плеер и прослушать в любое удобное для себя время.

**РЕКЛАМНАЯ ПЕСНЯ** – музыкально-информационная композиция рекламного характера. Повышает интерес покупателя к товару или услуге с помощью художественных средств.

**ФИРМЕННЫЙ КОРПОРАТИВНЫЙ АУДИОСТИЛЬ** - пакет аудиопродуктов, отражающий ценности бренда и коррелирующий с его визуальным стилем.

**ФИРМЕННАЯ ИЛИ ИМИДЖЕВАЯ КОМПОЗИЦИЯ** - инструментальное произведение, выражающее музыкальными средствами основные цели и задачи компании, её корпоративные идеи. Фирменная музыка создаётся для усиления и поддержки образа бренда.

**ФИРМЕННАЯ МУЗЫКА ДЛЯ РЕКЛАМЫ** - имиджевый музыкальный фон информационных и рекламных объявлений, рекламных роликов бренда. Как правило, состоит из коротких отбивок для начала и окончания объявления, звуковых элементов для акцентирования ключевых фраз и нейтрального фона-подложки для улучшения восприятия текста.

**ФОНОВАЯ МУЗЫКА** – приятная музыка, которая звучит в фоновом режиме в торговых павильонах, офисах, в кафе, в ресторанах, в салонах красоты и т.д., создавая сотрудникам и посетителям исключительно положительные эмоции.