**ГПОУ ТО «Тульский областной колледж культуры и искусства»**

# Презентация
# «Анализ рекламной деятельности организации культуры на примере МУК ДК «Вымпел»»

Студентки 6 курса
Заочного отделения
Архиповой Анны Владимировны
Специальности 5102.02 Социально-культурной деятельности
По виду «Организация и постановка КММ и ТП»

Преподаватель: Пронина О.Ю

# Теоретические основы организации рекламной деятельности

# Реклама

**В законе Российской Федерации от 18.07.95 г. № 108-ФЗ «О рекламе» реклама трактуется как «распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом и юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация), которая предназначена для определенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей, начинаний».**

***«Реклама – любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг конкретного заказчика» (Филипп Котлер «Основы маркетинга»).***

# История рекламы

Слово ***«реклама»*** относится по своему происхождению к латинскому глаголу ***«reclamare»*** – кричать, выкрикивать, таким образом в самом термине «реклама» отражено его происхождение из устного народного творчества.

В то же время в античности этим словом обозначали деятельность глашатаев. К античному периоду стоит отнести и появление ***афиш***. В частности, в раскопанном городе Помпеи были обнаружены надписи на стенах, выполненные в стиле граффити, которые являются прародительницами современных афиш.

В Древней Греции и Древнем Риме существовала не только торговая или так называемая административная реклама, не только реклама зрелищ. Наряду с этим существовала реклама и в жанре политики, религии.

Администрация древнегреческих и древнеримских городов обращала внимание на развитие рекламы, так как реклама – это общезначимое средство развития коммуникаций.

# Цели

| Экономические | Коммуникативные |
|---|---|
| Поддержку сбыта товара. | Ознакомление потребителей с новым продуктом, новой маркой. |
| Формирование потребности в данном виде товара или услуги. | Влияние на привычки при потреблении продукта. |
| Убеждение покупателя приобрести данный товар. | Информирование потребителей (например, об изменении цен). |
| Стимулирование спроса на конкретный товар и стимулирование сбыта. | Изменение имиджа в определенном направлении. |
| Объявление о льготных сделках, распродажах, снижениях цен. | Информирование потребителей (например, об изменении цен). |
| Сокращение сроков вывода на рынок нового товара или услуги. | Побуждение последовать примеру людей, которые уже приобрели продукт. |
| Принуждение потенциальных покупателей к посещению магазина, выставки. | Поддержание верности продукту. |
| | Выделение собственных товаров среди конкурирующих товаров. |

# Виды рекламы

| | |
|---|---|
| ***По типу ее инициатора***: | •*Реклама от имени производителей и торговых посредников.*<br>•*Реклама от имени правительства.*<br>•*Реклама от имени частных лиц.*<br>•*Социальная реклама.*<br>•*Политическая реклама .* |
| ***По направленности на аудиторию***: | • *Реклама потребительских товаров бизнес-реклама.* |
| ***По концентрированности***: | •*Селективная (избирательная).*<br>•*Массовая.* |
| ***По широте охвата аудитории***: | •*Локальная.*<br>•*Региональная.*<br>•*Общенациональная.*<br>•*Международная.*<br>•*Глобальная.* |
| ***По предмету рекламной коммуникации***: | •*Товарная реклама.*<br>•*Реклама идей.*<br>•*Реклама личности.*<br>•*Престижная реклама.*<br>•*Реклама территории.* |

| | |
|---|---|
| ***В зависимости от целей и задач рекламы***: | •*Информативная.*<br>•*Увещевательная.*<br>•*Напоминающая*. |
| ***По способу воздействия***: | •*Зрительная.*<br>•*Слуховая*.<br>•*Зрительно-обонятельная.*<br>•*Зрительно-слуховая.* |
| ***По характеру воздействия***: | •*Жесткая реклама.*<br>•*Мягкая реклама.* |
| ***В зависимости от используемых средств распространения***: | •*Печатная (полиграфическую).*<br>•*В газетах и журналах.*<br>•*Радио- и телереклама.*<br>•*Наружная.*<br>•*Транзитная.*<br>•*Сувенирная* и т. д. |

# Задачи рекламы

- Стимулирование спроса и формирование потребностей населения.
- Освоение и расширение рынка сбыта товаров.
- Ускорение товарооборачиваемости, достижение сбалансированности спроса и предложения.
- Формирование культуры потребления и развитие эстетических вкусов населения.
- Приобретение сведений об основных правилах обращения с товарами, способах их применения и хранения.

# Средства рекламы

**Средства рекламы:**

- Реклама в прессе.
- Печатная (полиграфическая) реклама.
- Экранная (видео-) реклама.
- Реклама на радио.
- Наружная реклама.
- Интернет-реклама.

**Критерии для анализа и выбора средств распространения рекламы:**

- Отсутствие жестких ограничений у отправителя на использование тех или иных средств.
- Соответствие средства обращения характеристикам целевой аудитории.
- Соответствие характеристик медиаканала особенностям товара, который рекламируется.
- Обеспечение соответствия формы рекламного обращения и средства его передачи.
- Требования по срокам передачи обращения и ответной реакции аудитории.

# Планирование рекламы

**1. Проведение рекламных исследований** (изучение маркетинговой ситуации, анализ конкурентных условий).
**2. Определение целевой аудитории (**портрет покупателя и перечень рекламируемых продуктов и услуг).
**3. Формулирование целей планируемой рекламной кампании** (оповещение и информирование).
**4. Разработка творческой рекламной стратегии** (концепция проведения рекламной кампании).
**5. Выбор средств распространения рекламы, периодичности и сроков размещения в них рекламы.**
**6. Расчет сметы затрат на рекламные мероприятия.**
**7. Определение реальных размеров денежных средств,** которые можно использовать на рекламу и в зависимости от этого корректировку плана рекламной кампании.
**8. Разработка рекламных сообщений и текстов.**
**9. Составление подробного плана размещения и издания рекламы,** с указанием средств распространения рекламы, периодичности размещения рекламных сообщений, сроков размещения, ответственных за мероприятие и т. п.
**10. Организация работы фирмы во время рекламной кампании.**
**11. Оценка эффективности рекламной кампании после ее проведения.**

# Анализ рекламной деятельности организации культуры на примере МУК ДК «Вымпел»

# МУК ДК «Вымпел»

# История учреждения

Построенный рыбинскими корабелами в живописном уголке города, на самом берегу Волги (правый берег), красавец Дворец из стекла и бетона вошёл в строй в 1981 году. Судостроители строили его с любовью, выбрав самый современный по тем временам проект. Дворец культуры получил название «Вымпел», став тёзкой строившего его предприятия.

С 5 декабря 2001 года Дворец культуры «Вымпел» является муниципальным учреждением культуры.

# ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

**Целями деятельности учреждения являются:**
**- удовлетворение общественных потребностей в сохранении и развитии народной традиционной культуры;**
**- поддержка любительского народного творчества, самодеятельной творческой инициативы и социально-культурной активности населения;**
**- организация культурного досуга населения.**

**Задачи:**
**- Обеспечение конституционного права населения на участие в культурной жизни.**
**- Создание условий для свободного творчества различных категорий населения.**
**- Изучение, освоение, сохранение и использование культурного наследия в культурно - досуговой деятельности.**
**- Формирование нравственно-эстетических норм поведения через творческую деятельность.**
**- Сохранение традиционной русской культуры, патриотического воспитания и развития познавательной активности детей и подростков.**
**- Развитие современных форм организации культурного досуга с учетом потребностей различных социально-возрастных групп населения.**
**- Осуществление информационного сопровождения деятельности учреждений культуры, предоставление актуальной информации.**
**- Обеспечение рационального использования бюджетных ассигнований, а так же средств, поступающих из других источников и осуществление финансово-хозяйственной деятельности.**

# В учреждении используются следующие средства рекламы:

- **Интернет – реклама -** наиболее распространённым видом рекламы является реклама в сети Интернет.

- **Наружная -** к наружной рекламе относят рекламу, которая размещается на специальных временных или стационарных конструкциях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях зданий, сооружений, на элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог или на них самих, а также на автозаправочных станциях. Наружная реклама подразделяется на уличную и рекламу на транспорте. Существует множество форматов и вариантов размещения уличной рекламы, наиболее популярными из которых являются ситилайты и билборды. Реклама на транспорте размещается на общественном транспорте, на частных автомобилях, в метро (транзитная реклама может быть как внешней, так и внутренней).

- **Внутренняя -** к внутренней рекламе относят рекламу, размещаемую внутри помещений. В первую очередь это реклама в местах продаж (торговых точках), аэропортах и вокзалах, в кинотеатрах, бизнес-центрах, подъездах, лифтах, местах развлечений и спорта, образовательных и медицинских учреждениях и т. п.

# ИНТЕРНЕТ - РЕКЛАМА

## #Культура Рыбинска

#Культура Рыбинска
8 мая в 7:25

Администрация города Рыбинска
7 мая 2019 в 13:54

12 мая в 16 часов в костёле (ул. Пушкина, 57) состоится традиционный майский концерт хора «Алые паруса». В программе хоровые и вокальные произведения русской классики, музыка зарубежных композиторов. Вход свободный.
Традиционный майский концерт хоровой и вокальной музыки хор «Алые паруса» ДК «Вымпел» проводит несколько лет подряд. Мероприятие проходит в концертном зале бывшего польского костёла. И исполнители, и слушатели по достоинству оценили отличную акустику, которую создают своды здания, построенного еще в 1910 году.

#Рыбинск #новости #афиша

В костёле споют «Алые паруса»
rybinsk.ru

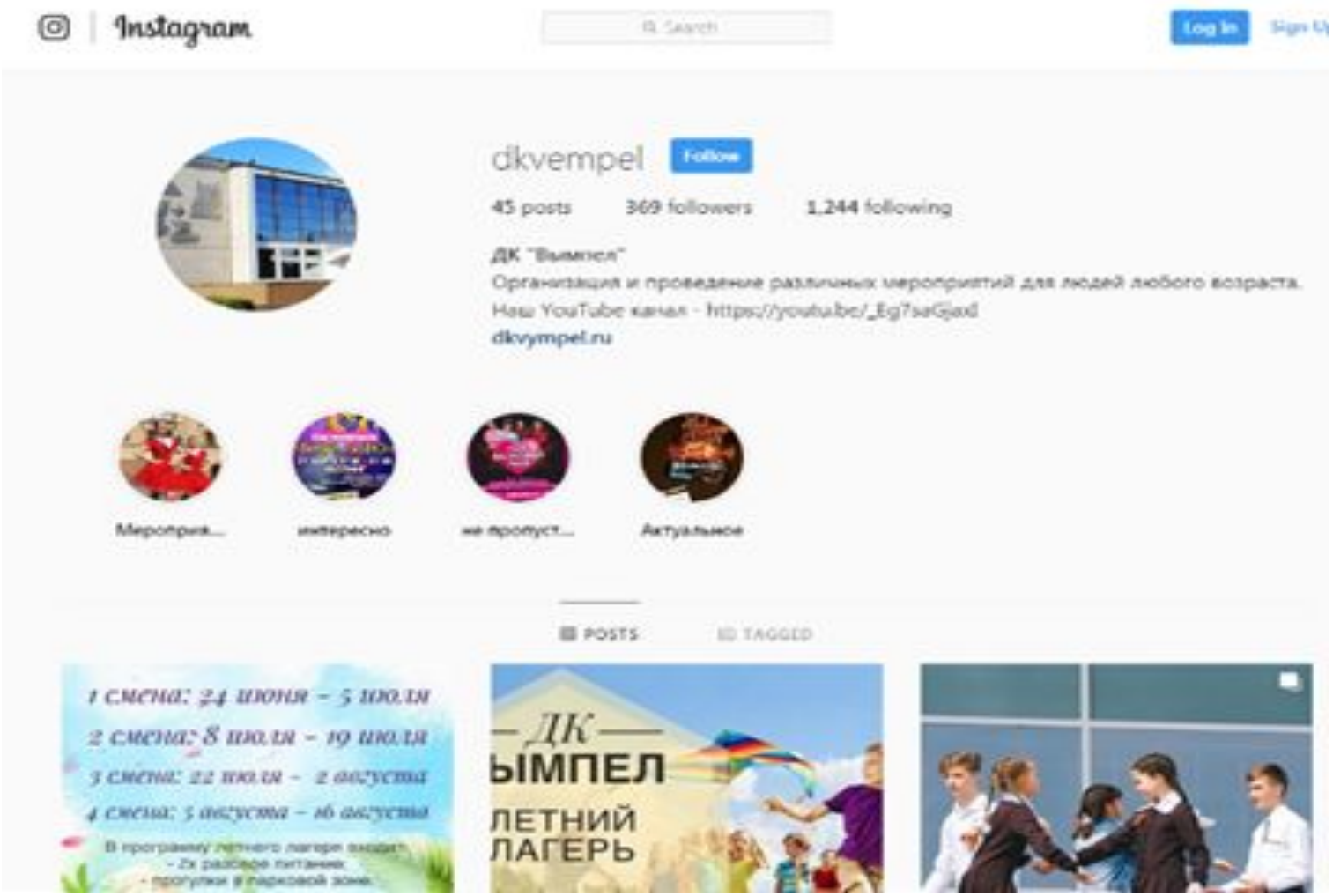
## Рыбинские сплетни

РЫБИНСКИЕ СПЛЕТНИ
20 апр 2019 в 11:00

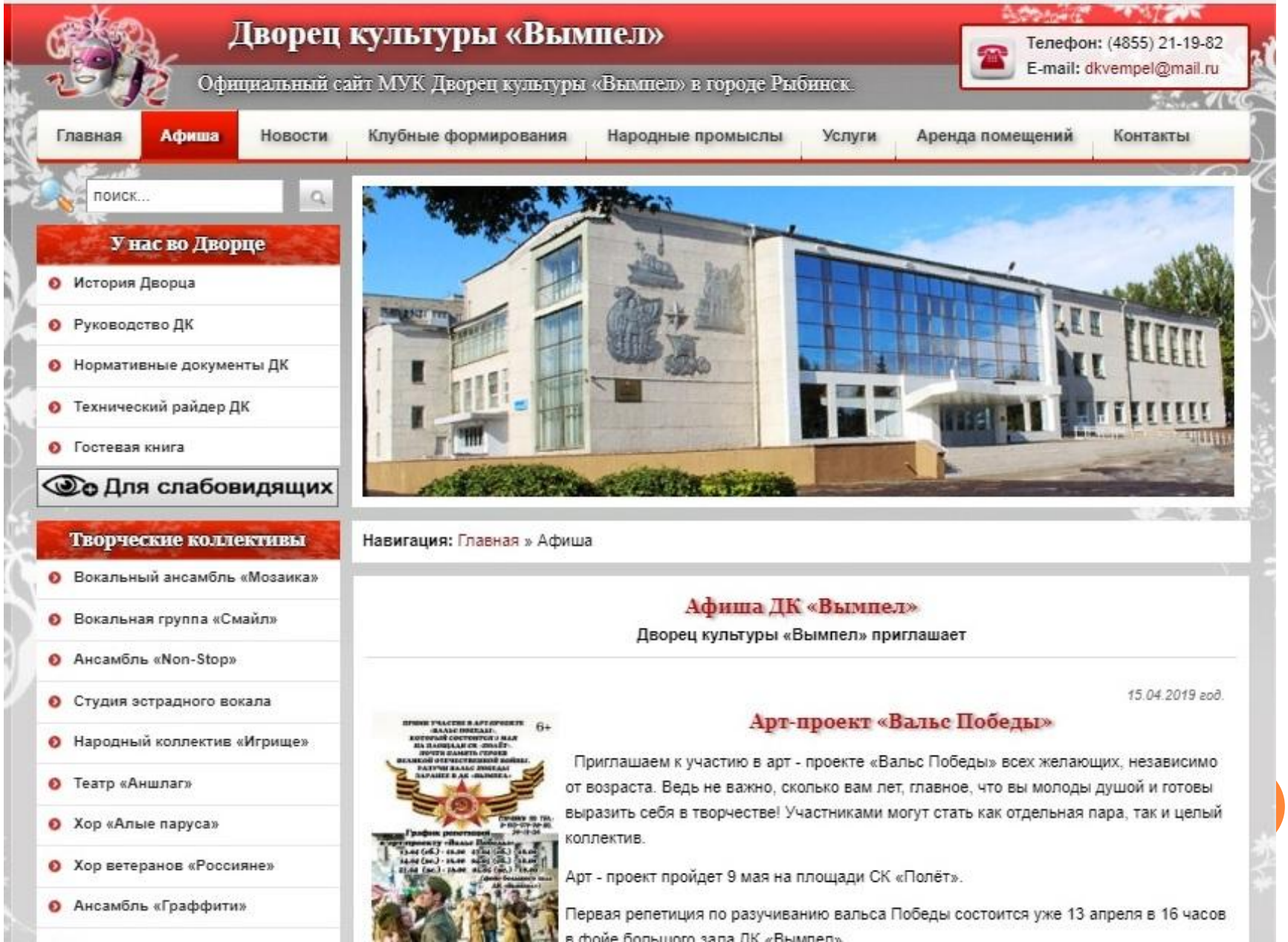
Приглашаем к участию в арт - проекте «Вальс Победы» всех желающих, независимо от возраста. Ведь не важно, сколько вам лет, главное, что вы молоды душой и готовы выразить себя в творчестве!
Участниками могут стать как отдельная пара, так и целый коллектив.
Арт - проект пройдет 9 мая на площади СК «Полёт».
Первая репетиция по разучиванию вальса Победы состоится уже 13 апреля в 16 часов в фойе большого зала ДК «Вымпел».
График репетиций:
13.04 (сб.) - 16.00, 14.04 (вс.) - 16.00, 21.04 (вс.) - 16.00
27.04 (сб.) - 18.00, 04.05 (сб.) - 18.00, 05.05. (вс.) - 18.00
Справки по тел.: 24-13-04
Прими участие - почти память героев Великой Отечественной Войны!

# ИЗГОТОВЛЕНИЕ РЕКЛАМЫ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

# ИЗГОТОВЛЕНИЕ РЕКЛАМЫ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ



# РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ НА ОФИЦИАЛЬНОМ САЙТЕ МУК ДК «ВЫМПЕЛ»



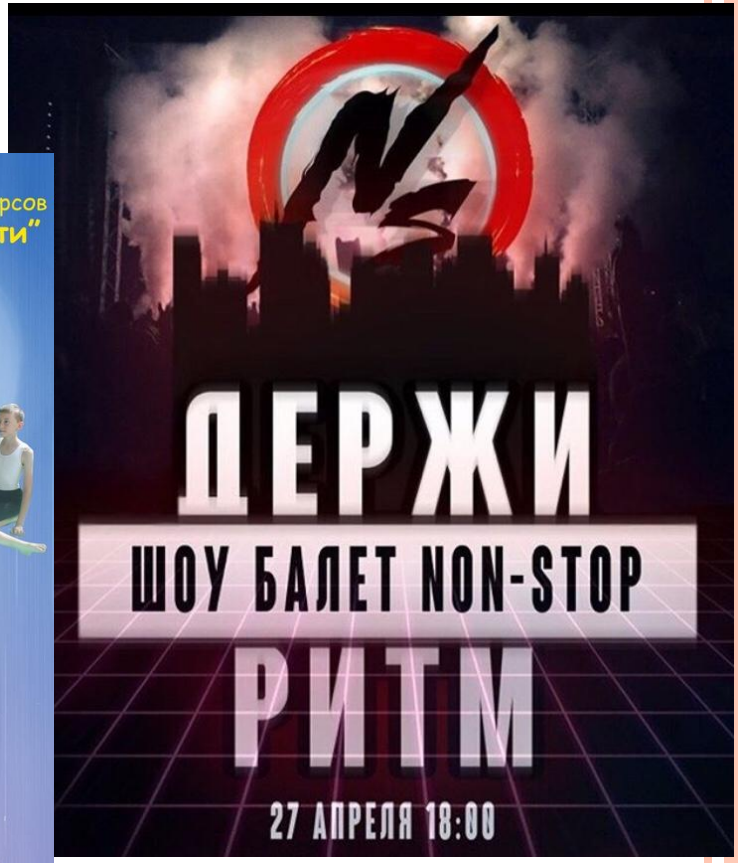
# ЛОГОТИП ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

**Изготовитель: рекламное агентство «Мастер Графикс»**

# НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

# ВНУТРЕННЯЯ РЕЛАМА

## Реклама размещенная в МУК ДК «Вымпел»



# НЕТРАДИЦИОННАЯ РЕКЛАМА

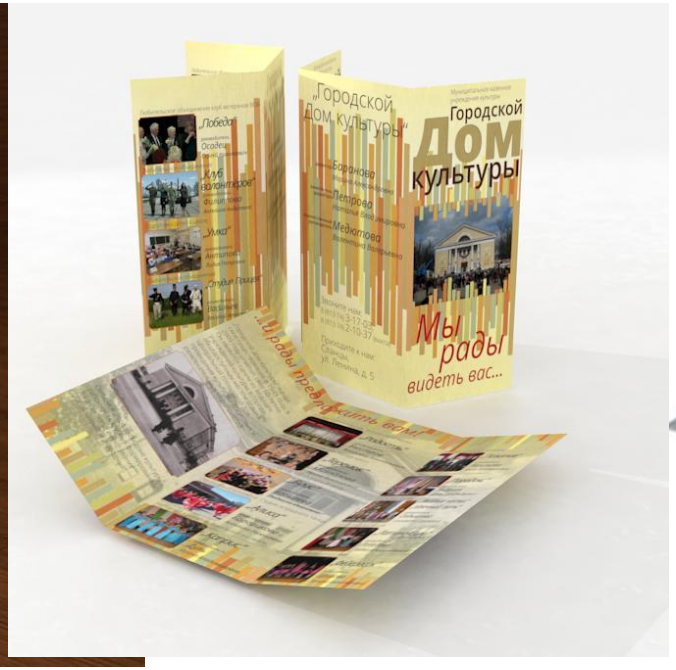
**Реклама на футболках**
**(Танцевальный коллектив ДК «Вымпел» – «Щелкунчик»)**

# Рекомендованные к использованию МУК ДК «Вымпел» рекламные носители:

1. *Баннер*
2. *Вывески*
3. *Специальные стенды для рекламы.*
4. *Информационное табло.*

## Рекомендованные к использованию МУК ДК «Вымпел» рекламные носители:

1. *Визитки.*
2. *Буклеты.*
3. *Стойки на столы.*



# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Реклама широко используется в учреждениях культуры, она является инструментом воздействия на общественное сознание. Она необходима для успешного ведения своей профессиональной деятельности. Ее основная функция состоит в распространении информации.

Известно, что услуги, оказываемые учреждениями культуры, исключительно разнообразны. В этом и заключается главная сложность подготовки эффективного рекламного сообщения. Важным аспектом является не только рекламирование отдельного продукта или услуги данного учреждения, но и позиционирование самой организации, ее имидж.

Дворец Культуры «Вымпел» - одно из самых значимых учреждений культуры в городе Рыбинск. В своей рекламной компании учреждение использует достаточное количество разнообразных средств.