

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

| | |
|--|---|
| <i>По типу ее инициатора:</i> | <ul style="list-style-type: none">•Реклама от имени производителей и торговых посредников.•Реклама от имени правительства.•Реклама от имени частных лиц.•Социальная реклама.•Политическая реклама . |
| <i>По направленности на аудиторию:</i> | <ul style="list-style-type: none">• Реклама потребительских товаровбизнес-реклама. |
| <i>По концентрированности:</i> | <ul style="list-style-type: none">•Селективная (избирательная).•Массовая. |
| <i>По широте охвата аудитории:</i> | <ul style="list-style-type: none">•Локальная.•Региональная.•Общациональная.•Международная.•Глобальная. |
| <i>По предмету рекламной коммуникации:</i> | <ul style="list-style-type: none">•Товарная реклама.•Реклама идей.•Реклама личности.•Престижная реклама.•Реклама территории. |



| | |
|--|---|
| <p><i>В зависимости от целей и задач рекламы:</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> • Информативная. • Увещевательная. • Напоминающая. |
| <p><i>По способу воздействия:</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> • Зрительная. • Слуховая. • Зрительно-обонятельная. • Зрительно-слуховая. |
| <p><i>По характеру воздействия:</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> • Жесткая реклама. • Мягкая реклама. |
| <p><i>В зависимости от используемых средств распространения:</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> • Печатная (полиграфическую). • В газетах и журналах. • Радио- и телереклама. • Наружная. • Транзитная. • 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 рыббинскими корабелями 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, самостоятельной 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

РЫБИНСКИЕ СПЛЕТНИ



#Культура Рыбинска

8 мая в 7:23



Администрация города Рыбинска

7 мая 2019 в 12:54

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. Ввод 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 ещё в 1910 году.

#Рыбинск #новости #афиша



В костёле сполот «Алые паруса»
rybinsk.ru



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!

**ПРИМИ УЧАСТИЕ В АРТ-ПРОЕКТЕ
«ВАЛЬС ПОБЕДЫ»,
КОТОРЫЙ СОСТОИТСЯ 9 МАЯ
НА ПЛОЩАДИ СК «ПОЛЁТ».
ПОЧТИ ПАМЯТЬ ГЕРОЕВ
ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ.
РАЗУЧИ ВАЛЬС ПОБЕДЫ
ЗАРАНЕЕ В ДК «ВЫМПЕЛ»**

6+



СПРАВКИ ПО ТЕЛ:
8-910-971-98-80,
24-13-04

**График репетиций
к арт-проекту «Вальс Победы»**

13.04 (сб.) - 16.00 27.04 (сб.) - 18.00

ИЗГОТОВЛЕНИЕ РЕКЛАМЫ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ



ДК "Вымпел"
30 мая в 11:01

Уважаемые жители Рыбинска и гости города! Приглашаем всех на Красную площадь 1 мая в 13:00 на праздник "Первомай - зажигай!" В программе: выступление творческих коллективов ДК "Вымпел", анимационно-развлекательная программа с веселыми конкурсами, играми и дискотекой. Ждем всех 1 мая на Красной площади!
#ДКВымпел #ВымпелДворецТворчества #Рыбинск

**с 13:00
до 15:00**

Красная площадь

**«ПЕРВОМАЙ,
ЗАЖИГАЙ!»**

В программе праздника:

- Выступление творческих коллективов Дворца Культуры «Вымпел»;
- Анимационно –развлекательная программа для детей.

**С праздником, дорогие Рыбинцы
и гости нашего города!**

0+

Справочный тел.: 24 – 13 – 04





ИЗГОТОВЛЕНИЕ РЕКЛАМЫ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

The image shows a screenshot of an Instagram profile for the account 'dkvempel'. The profile includes a circular profile picture of a modern building, a bio in Russian, and a grid of posts. The bio states: 'Организация и проведение различных мероприятий для людей любого возраста. Наш YouTube канал - https://youtu.be/_Eg7zeGjx0I dkvempel.ru'. The profile statistics show 45 posts, 369 followers, and 1,244 following. Below the bio are four story highlights with labels: 'Мероприят...', 'интересно', 'не пропуст...', and 'Актуальное'. The main feed shows three posts: a schedule for a summer camp, a banner for 'ЛЕТНИЙ ЛАГЕРЬ' (Summer Camp) with a rainbow, and a photo of children in school uniforms.

Instagram

Search

Log In Sign Up

dkvempel Follow

45 posts 369 followers 1,244 following

ДК "Вымпел"
Организация и проведение различных мероприятий для людей любого возраста.
Наш YouTube канал - https://youtu.be/_Eg7zeGjx0I
dkvempel.ru

Мероприят... интересно не пропуст... Актуальное


POSTS TAGGED

1 смена: 24 июля - 3 июля
2 смена: 8 июля - 19 июля
3 смена: 22 июля - 2 августа
4 смена: 5 августа - 16 августа

В программу летнего лагеря входят:
- Дл. разборы пикетинг;
- прогулки в парковой зоне.

— ДК —
ЫМПЕЛ
ЛЕТНИЙ
ЛАГЕРЬ

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ НА ОФИЦИАЛЬНОМ САЙТЕ МУК ДК «ВЫМПЕЛ»



Дворец культуры «Вымпел»

Официальный сайт МУК Дворец культуры «Вымпел» в городе Рыбинск.

Телефон: (4855) 21-19-82
E-mail: dkvempel@mail.ru

- Главная
- Афиша**
- Новости
- Клубные формирования
- Народные промыслы
- Услуги
- Аренда помещений
- Контакты

поиск...

У нас во Дворце

- История Дворца
- Руководство ДК
- Нормативные документы ДК
- Технический райдер ДК
- Гостевая книга

 Для слабовидящих

Творческие коллективы

- Вокальный ансамбль «Мозаика»
- Вокальная группа «Смайл»
- Ансамбль «Non-Stop»
- Студия эстрадного вокала
- Народный коллектив «Игрище»
- Театр «Аншлаг»
- Хор «Алые паруса»
- Хор ветеранов «Россияне»
- Ансамбль «Граффити»



Навигация: Главная » Афиша

Афиша ДК «Вымпел»

Дворец культуры «Вымпел» приглашает

15.04.2019 год.

Арт-проект «Вальс Победы»

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».



ЛОГОТИП ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ



Изготовитель: рекламное агентство «Мастер Графикс»



НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА



ВНУТРЕННЯЯ РЕЛАМА

РЕКЛАМА РАЗМЕЩЕННАЯ В МУК ДК «ВЫМПЕЛ»



18 ДВОРЕЦ КУЛЬТУРЫ **14:00**
сентября «ВЫМПЕЛ»

приглашает на
ДЕНЬ ОТКРЫТЫХ ДВЕРЕЙ 0+

для вас:
- мастер-классы
- презентация творческих коллективов
- концертная программа

вход свободный
справки по тел. 24-13-04

Лауреат международных и всероссийских конкурсов
Хореографический ансамбль «Граффити»

объявляет набор детей:

- с 2-х лет (подготовительное отделение)
- 3 - 4 года
- 5 - 6 лет
- 7 - 11 лет
- 12 и старше



Театр моды «Fashion»

объявляет набор детей:

- 5 - 7 лет
- 8 - 10 лет
- 11 и старше



ДК «Вымпел»

тел: 89051391815
vk.com/dancegraffiti



ДЕРЖИ
ШОУ БАЛЕТ NON-STOP
РИТМ
27 АПРЕЛЯ 18:00



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.

