

41 НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ СТУДЕНТОВ I, II СТУПЕНЕЙ И АСПИРАНТОВ

ГРУППА МГ-11

"АНАЛИЗ РЕКЛАМЫ НА ОСНОВЕ ПИРАМИДЫ МАСЛОУ"

Докладчик: Быкова Юли



Продукция компании «Maybelline Fit me»



«Я больше, чем мой оттенок»

В своём рекламном ролике бренд сделал акцент на том, что красота многогранна и есть в каждом человеке и не важно, насколько человек подходит под «стандарты», а в наше время эта тема продолжает набирать обороты.




\$ 27.6K - \$ 166K

Прибыль Maybelline New York DE

Отношение к трендовым товарам

 27,8% Не покупают	 55,6% Покупают	 30% Затруднились ответить
--	---	--



"СИСТЕМА КОММУНИКАЦИЙ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ"

Докладчики: Деревяго Александра и Россолова Ирина



- РАСКАЗАЛИ О ДВИЖЕНИИ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ, ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ В МЕСТАХ ПРОДАЖИ И ОСОБЕННОСТЯХ ПОВЕДЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ.

Внутренние средства ИМКМП.

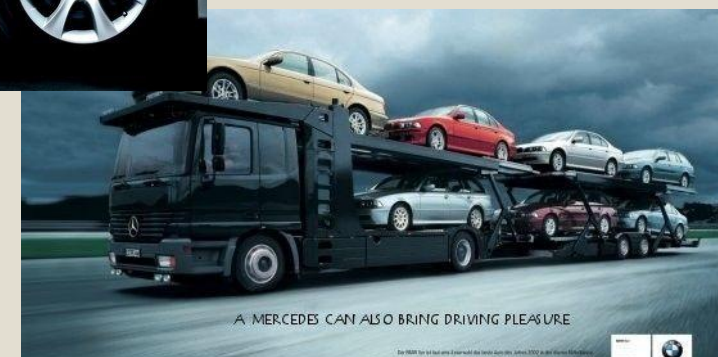
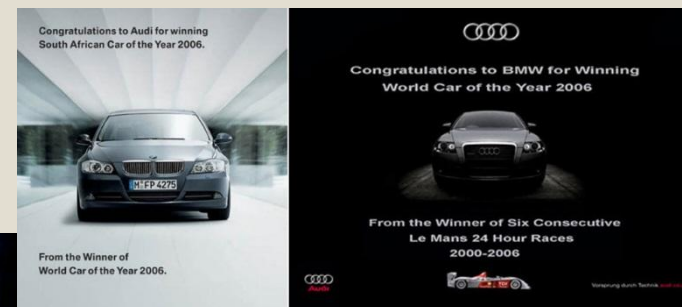


Внешние средства ИМКМП.
Бликфанги и ай-стоперы



"РЕКЛАМА В АВТОМОБИЛЬНОМ

МИРЕ" Докладчик: Селедцов Никита



"РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ"

Докладчики: Данилова Валерия и Низовец Снежана



- РАССКАЗАЛИ О СУЩЕСТВУЮЩИХ НАПРАВЛЕНИЯХ В РЕКЛАМЕ
- ПРОВЕЛИ АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ РЕКЛАМЫ.



"СЕКРЕТЫ НЕЙРОМАРКЕТИНГА, ИЛИ КАК ЗАВЛАДЕТЬ РАЗУМОМ ПОКУПАТЕЛЯ"

Докладчик: Филончик

Дарья

РАСКРЫЛА СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ "НЕЙРОМАРКЕТИНГ"

- НА ОСНОВЕ ЭКСПЕРИМЕНТОВ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ РАССМОТРЕЛА ОСНОВНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ УЛОВКИ
- ПРОВЕЛА ИССЛЕДОВАНИЕ, НАПРАВЛЕННОЕ НА ВЫЯВЛЕНИЕ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫХ ПРИЁМОВ НЕЙРОМАРКЕТИНГА



Нейромаркетинг – современный прогрессивный способ воздействия на покупателя, формальное исследование реакции мозга на маркетинговые раздражители.

Цель: понять истинную реакцию потребителя на определенные маркетинговые раздражители и на основе полученных данных разработать максимально эффективные рекламные коммуникации.

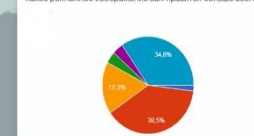
Эксперимент по выявлению баннерной слепоты



Результаты исследования

Полученные результаты ничуть не удивляют. Было определено несколько явных лидеров (изображения 2, 6, 3).

Какое рекламное изображение вам нравится больше всего?



Образ счастливых и благополучной семьи присутствует в рекламе известных автомобилей или же просто красивых людей; так всеми любимые животные – вот одни из самых используемых маркетинговых уловок, несмотря на распространённость которых, ни всё равно каждый раз попадаемся.

"СКРЫТАЯ РЕКЛАМА В ФИЛЬМАХ"

Докладчик: Иовчик Мария



- РАСКРЫЛА ПОНЯТИЕ ПРОДАКТ-ПЛЕЙСМЕНТ
- РАССКАЗАЛА О СЕМИРИ МИРЕ КИНО



«Общеизвестно, к примеру, что „Мужчина и женщина“ Лелуша сняты как реклама фордовского „мустанга“. Но там речь лишь о машине главного героя, которая как бы часть его самого, его жизнь, его профессия...»

- Источник (компания-заказчик)
- Сообщение (типы и виды РР)
- Канал (любой тв продукт)
- Получатель (целевая аудитория канала)

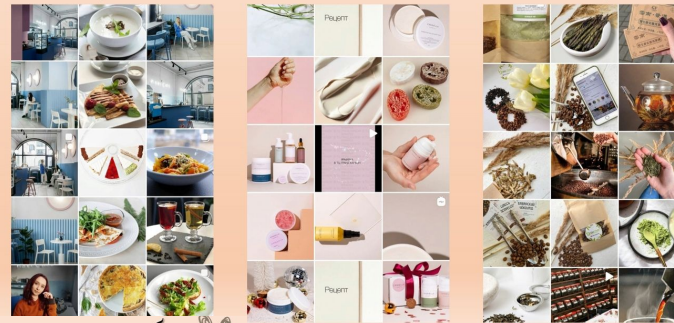
"РЕКЛАМА В INSTAGRAM"

Докладчик: Синёва Ирина

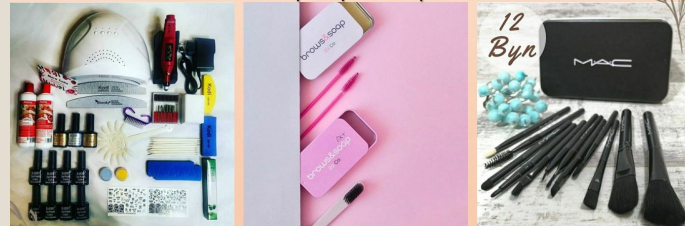


«Instagram – это
визуальная
платформа»

Оформление аккаунта



«Какая рекламная запись, скорее всего, привлекла бы
внимание при просмотре ленты?»



11,3%

49,1%

28,3%

11,3% воздержались от ответа

□ РАССКАЗАЛА ОБ ОСОБЕННОСТЯХ РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM

□ РАССМОТРЕЛА ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОПУЛЯРНОСТЬ ПРОДВИГАЕМОЙ В INSTAGRAM ПРОДУКЦИИ

□ ПРОВЕЛА ИССЛЕДОВАНИЕ, НАПРАВЛЕННОЕ НА ВЫЯВЛЕНИЕ НАИБОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ВИДОВ РЕКЛАМНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ

«АНАЛИЗ ВИРУСНОЙ

РЕКЛАМЫ" Докладчик: Понадысева Юлия

□ РАССМОТРЕЛА ПОНЯТИЕ ВИРУСНОЙ РЕКЛАМЫ, РАССКАЗАЛА О ЕЁ ВИДАХ И ВЛИЯНИИ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



Тизер



Тизер часто используется для офлайн-рекламы. Например, на билборде размещается интригующая надпись без каких-либо рекламных меседжей или упоминания бренда.



Вирусная реклама в социальных сетях

Социальные сети – это отличная площадка для распространения вирусной рекламы. Пользователи соцсетей, в частности ВКонтакте, без какого-либо принуждения ставят лайки, комментируют записи, делают репосты, заинтересовавшего их контента, даже не понимая, что это является вирусной рекламой. Вирусная реклама в Instagram чаще всего представлена в формате фотографии. Текстовый не подходит, поскольку пользователи зачастую не читают, что написано под снимком. А для вирусной раскрутки видео предназначен Ютуб.



Яркий пример вирусной рекламы, которая вызывает эмоции у аудитории

Burger King – сеть быстрой еды уже не первый год шокирует народ наружкой. Обыгрывая на грани фола нецензурные выражения, подкрепляя их тематической графикой, компания создает образ «крутого парня». Особенно цепляет их «наглость» и безналичие принципов в борьбе с главным конкурентом – Макдональдсом.



"СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ

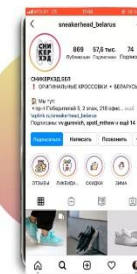
ТОВАРА" Докладчик: Анфимова

Анастасия



• Социальная сеть – интернет-площадка, которая позволяет распространять информацию и устанавливать социальные связи.

Instagram 



"НЕЙРОМАРКЕТИ

НГ"

Докладчик: Митрахович

Александра



- РАССКАЗАЛА ОБ ОСНОВНЫХ СОСТАВЛЯЮЩИХ НЕЙРОМАРКЕТИНГА
- СДЕЛАЛА ПОДРОБНЫЙ РАЗБОР КАНАЛОВ ВОЗДЕЙСТВИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В НЕЙРОМАРКЕТИНГЕ
- ПРОВЕЛА ОПРОС В ЦЕЛЯХ ВЫЯВЛЕНИЯ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫХ СПОСОБОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И УДЕРЖАНИЯ КЛИЕНТОВ



"ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ВИДЫ СПОРТА

В РБ"

Докладчик: Харько Иван



- РАССКАЗАЛ О СПОРТИВНОЙ ЖИЗНИ РБ
- ПРОВЁЛ ОПРОС, НАПРАВЛЕННЫЙ НА ВЫЯВЛЕНИЕ САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ ВИДОВ СПОРТА
- НАЗВАЛ НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ВИДЫ СПОРТА В БЕЛАРУСИ

