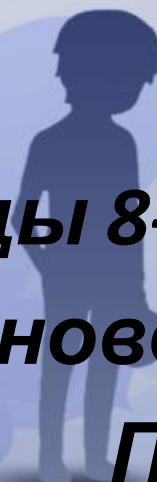


«Роль и значение рекламы в экономике»



**Проект
Ученицы 8-б класса
Русановой Олеси
ПССШ №6**

Содержание :

- *Реклама: понятие;*
- *Функции рекламы;*
- *Анализ мирового рекламного рынка;*



Реклама: понятие

- Реклама (от лат. reclamare, от франц. reclame — «утверждать, выкрикивать, протестовать») - это вид деятельности либо произведенная в ее результате продукция, целью которых является реализация сбытовых или других задач промышленных, сервисных предприятий и общественных организаций путем распространения оплаченной ими информации, сформированной таким образом, чтобы оказывать усиленное воздействие на массовое или индивидуальное сознание, вызывая заданную реакцию выбранной потребительской аудитории.
- В промышленно развитых странах термин “реклама” (advertising) означает рекламные объявления в средствах массовой информации (в прессе, по радио, телевидению, на щитовой рекламе) и не распространяется на мероприятия, способствующие продажам, — “сейлз промоушн” (sales promotion), престижные мероприятия, нацеленные на завоевание благожелательного отношения общественности, — “паблик рилейшнз” (public relations), а также на бурно развивающуюся в последнее время специфическую область рекламной деятельности, суть которой в направленных связях производителя с потребителем — “директ-маркетинг”

Функции рекламы

- В теории маркетинга принято выделять четыре фундаментальные функции рекламы:
 - Экономическая ;
 - Маркетинговая ;
 - Коммуникативная ;
 - Социальная ;
 - **Экономическая функция**
- Экономическая функция рекламы является базовой и заключается в стимулировании спроса на товары и услуги. Реклама информирует, привлекает внимание и интерес, формирует потребность в товаре или услуге и побуждает потребителя к совершению покупки. Это соответственно влияет на увеличение прибыли компании-производителя, которая вкладывает полученные с реализации средства в разработку и изготовление высококачественной продукции. Благодаря эффективной рекламе, которая приносит прибыль, компания-производитель сохраняет и создает новые рабочие места, снижая уровень безработицы, а также способствует стабильной деятельности рекламных агентств. Это говорит о главном предназначении рекламы как экономического явления – это способствование социально-экономическому развитию общества.



Функции рекламы

- Маркетинговая функция Данная функция схожа с экономической, но отличается тем, что компания не просто продвигает товар с целью его сбыта и получения прибыли, а вызывает интерес к товару, доказывая его необходимость и полезность потребителю. Но не стоит, и забывать про снижение расходов на распределение продукции от производителя к потребителю. Реклама является составляющей системы маркетинга, а точнее маркетинговых коммуникаций наряду с публичными реляциями, стимулирование сбыта и личными продажами. Поэтому она подчинена целям и задачам, которые преследует маркетинговая деятельность компании, а именно удовлетворение потребностей потребителей. Маркетинговая функция рекламы позволяет понять потенциальному покупателю, какими преимуществами обладает товар или услуга, убеждает в необходимости обратиться в определенную организацию для его приобретения. Она создает потребность у покупателя в отдельно взятом товаре или бренде, а для предприятия повышает уровень его репутации или имиджа.

Функции рекламы

- **Социальная функция**

- Эта функция рекламы заключается в формировании у человека общественного и индивидуального сознания, определенных стандартов поведения в обществе, поддержании и закреплении привычек потребителей. Она реализуется через следующие подфункции: знакомство и привитие национальных ценностей пропаганда положительного образа жизни и повышение уровня благосостояния населения воспитание культуры поведения создание новой модели потребления в результате внедрения инновационных продуктов. Кроме вышеперечисленных четырех универсальных функций рекламы, существуют и другие: образовательная информационная воспитательная идеологическая политическая эстетическая Первая функция заключается в том, что реклама является средством обучения потребителей. Она демонстрирует аудитории достижения научно-технического прогресса, которые применяются при создании товаров, какие преимущества, возможности и удобства получают потребители, приобретая тот или иной товар. Информационная функция проявляется в главном назначении рекламы – это информирование потребителей о товарах и компаниях, которые их производят и реализуют на рынке. Третья функция относится, в какой-то мере, к социальной функции рекламы. Обычно такая реклама направлена освящение вопросов этики и норм поведения людей в обществе. Идеологическая функция перекликается с воспитательной и способствует развитию ценностей и норм у людей (ценность семьи, дружбы, милосердия и др.). Политическая функция имеет место в период выборов, когда реклама используется для поднятия рейтинга кандидатов и привлечения избирателей. Последняя, эстетическая функция, важна в целях создания привлекательного рекламного сообщения, правильного оформления элементов наружной рекламы, соблюдая при этом простые правила и законы эстетики.

Анализ мирового рекламного рынка

- Мировой рынок рекламы является средой, в которой в условиях реальной конкуренции осуществляются рекламные мероприятия, содействующие экспорту отечественных товаров и услуг. Как правило, специфика этой Среды не столько ему способствует, сколько препятствует. Поэтому знание особенностей, состояния и тенденций развития мирового рынка рекламы представляется необходимым прежде всего для того, чтобы во внешнеэкономической сфере подготавливались и проводились достаточно профессиональные и адекватные маркетинговому окружению рекламные кампании.
- Изменения в рекламе объясняются ее высокой динамичностью. Она мгновенно реагирует на события, происходящие на рынке, и в какой-то степени служит их индикатором. Причина в том, что будучи частью механизма рыночных отношений, при любых сбоях в его работе реклама вынуждена приспосабливаться к создавшимся условиям, менять формы, вносить коррективы в содержание.