

Информационный проект

“Реклама – двигатель торговли.”

Выполнил: ученик 10 класса «А»

МАОУ Гимназии №2

Клепиков Илья

Руководитель: Е.Г. Копылова

- **Что такое реклама?**

Реклама - направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого производится распространение информации для привлечения внимания к объекту рекламирования с целью формирования или поддержания интереса к нему.

Реклама начала появляться еще задолго до нашей эры. Прототипом для появления изобразительной рекламы служили древние орнаменты, рисунки, написанные красками.

Первые рекламные тексты, отдаленно напоминающие современную рекламу, появились еще в Древнем Египте и Древней Греции. Объявления были очень просты и носили в основном информационный характер. Материалом или местом для их размещения служили папирус или камень. Гораздо более распространенными были надписи, нацарапанные или начертанные краской на стенах. Это были в основном объявления о гладиаторских боях, продаже рабов, домашних животных и т.д.

Новый качественный скачок в развитии рекламы начинается с появлением книгопечатания. Изобретение Иоганном Гутенбергом печатного станка в 1450 г. ознаменовало начало эпохи становления средств массовой коммуникации, следствием которого явился качественно новый этап развития рекламы.

В Западной Европе рекламная лихорадка началась в конце XVIII в. Рекламой стали заниматься специальные фирмы и агентства, которые вначале занимались лишь скупкой и перепродажей рекламных площадей, текст предоставлялся самим клиентом. Первым агентством, проводившим рекламные кампании, считается агентство «Айер и сыновья», основанное в 1890 г. в Филадельфии. Достижения науки и техники стимулировали развитие индустрии рекламы. Первая реклама по радио вышла в эфир в 1920-е гг., а первая телереклама – в 1930-е гг. Повсеместное распространение теле- и радиорекламы началось после окончания Второй мировой войны, когда было налажено массовое производство радиоприемников и телевизоров.

Виды рекламы

Информативная	Создает осведомленность о новых товарах, формирует первичный спрос (используется на этапе введения товара на рынок).
Убеждающая	Стимулирует к приобретению товара, подкрепляет избирательный спрос.
Напоминающая	Стимулирует повторные покупки, напоминает о снижении цены на товар, поддерживает предпочтения (используется на этапе зрелости товара).
Подкрепляющая	После покупки товара убеждает покупателя в правильности сделанного выбора.

Задачи и цели рекламы.

Цель рекламы:

Заставить потребителя выполнить желаемое рекламодателем действие (убедить потребителя купить товар, воспользоваться услугой, придать известность фирме, содействовать популярности политического деятеля, внушить аудитории социально значимые мысли и т.д.).
Формирование осведомленности об объекте рекламы.

Задачи Рекламы:

- Формирование у потребителей определенного уровня знаний о данном товаре, услуге.
- Формирование положительного имиджа товара, фирмы.
- Формирование новых потребностей.
- Формирование побуждения потребителей обратиться к данной фирме.
- Формирование побуждения купить конкретный товар.
- Стимулирование сбыта товара.
- Ускорение товарооборота.
- Стремление сделать данного потребителя постоянным клиентом.
- Формирование у других фирм образа надежного партнера.
- Оказание помощи потребителю в выборе товара.
- Предотвращение превратной характеристики конкурентов.

Реклама по месту и способу размещения.

- Реклама в СМИ:
 - I. Телевизионная реклама
 - II. реклама на радио
 - III. реклама в газетах и журналах
 - IV. аудиовизуальная реклама.
- Наружная реклама:
 1. щиты (билборды);
 2. пространственные конструкции (столбы и тумбы; штендеры)
 3. на объектах продажи (витрины, вывески, оклейка: окон, стен);
 4. на объектах городской инфраструктуры (пилоны, крышные установки);
 5. на объектах транспорта (оклейка бортов, реклама внутри транспортного средства);
 6. реклама на экранах (мультимедийные экраны, световые и неоновые установки);
 7. лайтбоксы и ситиформаты (рекламные конструкции с подсветкой);
 8. свободно стоящие витрины с товарами
- *Печатная реклама (раздаточная полиграфия, раздатка):*
 1. Визитные карточки;
 2. каталоги продукции;
 3. плакаты;
 4. листовки;
 5. брошюры;



Реклама на билборде



Печатная реклама



Телевизионная реклама

Примеры успешных рекламных кампаний

1. Coca-cola

Самое гениальное, что сделала «Кока-кола» этой рекламной кампанией – так это построение ассоциативного пространства бренда. Бренд затронул традиции, обычаи, нравы.

Как только в воздухе начинает веять атмосфера нового года, в экранах появляются красные фуры в лампочках, которые проезжают по заснеженной лесной дороге. В голове крутится: «Праздник к нам приходит, праздник к нам приходит».

Подстроиться под один из самых главных праздников человечества и создать ассоциацию со своим брендом – это действительно уникальный и удивительный случай.



2. Nike – Just do it

80-е годы идет ожесточенная борьба за потребителя между Nike и Reebok.

Именно после поражения компания Nike обращается за помощью в агентство WIEDEN & KENNEDY. Руководство решает, что у компании должен быть собственный запоминающийся лозунг. Лозунг был придуман за сутки до презентации

Ден Виден (глава рекламной кампании) придумал лозунг под впечатлением от слов преступника. Когда убийце был назначен смертный приговор, последней его фразой было: «Let's Do It» (Давайте сделаем это!)

Первый ролик с новым лозунгом был выпущен в 1988 году. На нем 80-ти летний мужчина Уолт Стэк бежал с голым торсом по мосту, рассказывая о своей жизни и эмоциях. А в конце на весь экран красовалась надпись «Just do it»

JUST DO IT.



3. Ред-булл и прыжок со стратосферы

Главным героем проекта Red-Bull Stratos был австриец Феликс Баумгартнер. Он установил сразу три мировых рекорда.

- Скорость свободного падения. Феликс стал первым человеком который преодолел сверхзвуковой барьер и достиг скорости 1342 км/ч.
- Высота прыжка. Аэростат поднялся на высоту 39 045 м. После чего наш герой сказал: «Я возвращаюсь домой». Открыл люк и шагнул вниз.
- Дистанция свободного падения. 36 402 м в состоянии свободного падения провел Феликс, после чего раскрыл парашют.
- В дополнение еще один рекорд, установленный Red Bull Stratos – 8 миллионов зрителей наблюдало в YouTube в прямом эфире за прыжком.

Подготовка всей компании заняла несколько лет. Риски были огромными, т.к. человек мог погибнуть от вибраций и неконтролируемого вращения. Все же этот проект был доведен до конца. Red Bull вписал имя своего бренда в страницы истории на века.

