

Тема урока: «Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций»



План урока

1. Понятие и роль рекламы в маркетинговой деятельности
2. Классификация рекламы
3. Таргетированная реклама

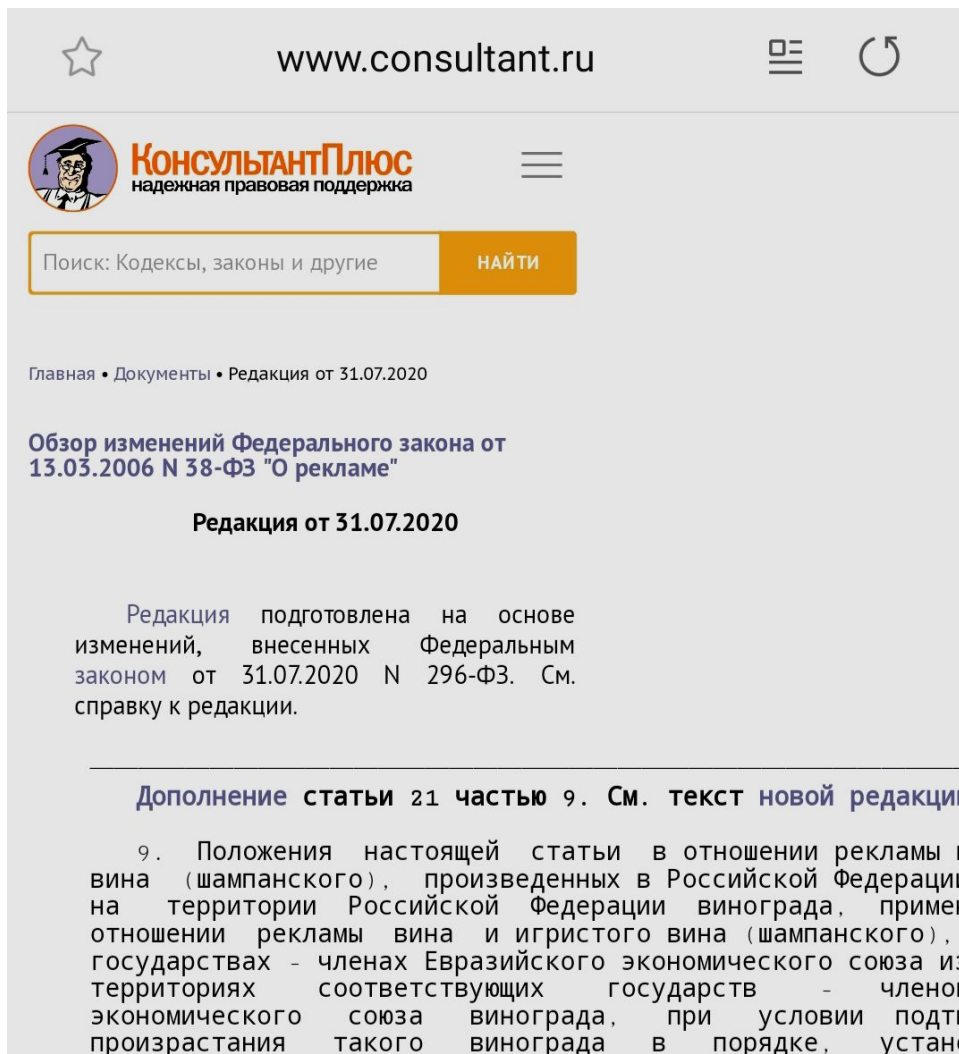


1. Понятие и роль рекламы в маркетинговой деятельности

термин "**реклама**" имеет латинские корни и происходит от слова "**reclamare**", что означает: утверждать, выкрикивать, протестовать, откликаться



Нормативно- правовая база



The screenshot shows the mobile interface of the Consultant Plus website. At the top, there is a star icon, the URL 'www.consultant.ru', and navigation icons. Below this is the 'КонсультантПлюс' logo with the tagline 'надежная правовая поддержка'. A search bar contains the text 'Поиск: Кодексы, законы и другие' and a 'НАЙТИ' button. The main content area displays a breadcrumb trail: 'Главная • Документы • Редакция от 31.07.2020'. The title of the document is 'Обзор изменений Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе"'. Below the title, it states 'Редакция от 31.07.2020'. A paragraph explains that the edition is based on changes introduced by Federal Law No. 296-FZ of July 31, 2020. A section header reads 'Дополнение статьи 21 частью 9. См. текст новой редакции'. The text of paragraph 9 begins with '9. Положения настоящей статьи в отношении рекламы вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации на территории Российской Федерации винограда, примен...'.

www.consultant.ru

КонсультантПлюс
надежная правовая поддержка

Поиск: Кодексы, законы и другие **НАЙТИ**

Главная • Документы • Редакция от 31.07.2020

Обзор изменений Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе"

Редакция от 31.07.2020

Редакция подготовлена на основе изменений, внесенных Федеральным законом от 31.07.2020 N 296-ФЗ. См. справку к редакции.

Дополнение статьи 21 частью 9. См. текст новой редакции

9. Положения настоящей статьи в отношении рекламы вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации на территории Российской Федерации винограда, примен...

Нормативно- правовая база

**Федеральный закон от 13.03. 2006 №
38- ФЗ (ред. от 31.07.2020) «О
рекламе»**

Нормативно- правовая база

Статья 3. Основные понятия, используемые в настоящем законе

- i 1) реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;
- i 2) объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама;

Нормативно- правовая база

i 3) товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

4) ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

i 5) рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

6) рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;



Нормативно- правовая база



7) рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

8) потребители рекламы - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама;

Нормативно- правовая база

-  10) спонсорская реклама - реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном лице как о спонсоре;
-  11) социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства;
- 12) антимонопольный орган - федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы.

Понятие рекламы

Реклама- распространение информации для привлечения внимания к объекту рекламирования



Задачи рекламы

1. Информирование
2. Увещевание- постепенное формирование предпочтения
3. Напоминание
4. Позиционирование
5. Удержание внимания покупателей
6. Имиджирование- создание и поддержание имиджа фирмы, отличного от конкурентов

Функции рекламы

- 1. Идентификация продукта, производителя, продавца**
- 2. Продвижение товаров и услуг**
- 3. Продвижение торговых марок**
- 4. Информирование потребителей**
- 5. Формирование спроса**
- 6. Стимулирование сбыта**

2. Классификация рекламы

1. Реклама в СМИ:

1.1. Реклама на телевидении



2. Классификация рекламы

1.2. Радиореклама



2. Классификация рекламы

1.3. Периодические издания



2. Классификация рекламы

1.4. Реклама в сети интернет



Miditi Collection
12 сентября в 15:50

- Пальто Кокон
без утеплителя - 9.500 руб.
с утеплителем - 10.500 руб.

[Показать полностью...](#)



База отдыха YES. Стризнево. Вол...
14 сентября в 11:00

Режим работы услуг и кафе Центра с 14 сентября:

В будни с 11:00 до 18:00
Выходные с 10:00 до 18:00

Аквaparк и [#кафеаквaparк](#) ждет гостей ежедневно с 10:00 до 21:00

[#yes35](#)



10



2

6,1K

2. Классификация рекламы

2. Печатная полиграфическая реклама:

- Визитки
- Плакаты
- Листовки
- Буклеты
- Каталоги



2. Классификация рекламы

3. Наружная реклама

2.1. Рекламные щиты



2. Классификация рекламы

2.2. Вывески

2.3. Витрины

2.4. Баннеры



2. Классификация рекламы

3. Реклама на транспорте:

3.1. Реклама на кузове автомобильного транспорта



Почему реклама на транспорте так популярна?



Самый широкий охват целевой аудитории

3

1

Оптимальная стоимость



Динамичность рекламного носителя

4

2

Возможность встретить рекламу несколько раз в течении суток



Большая площадь рекламной поверхности

5

2. Классификация рекламы

3.2. Реклама в метро



2. Классификация рекламы

4. Сувенирная реклама



2. Классификация рекламы

5. Реклама на месте продаж POS-материалы

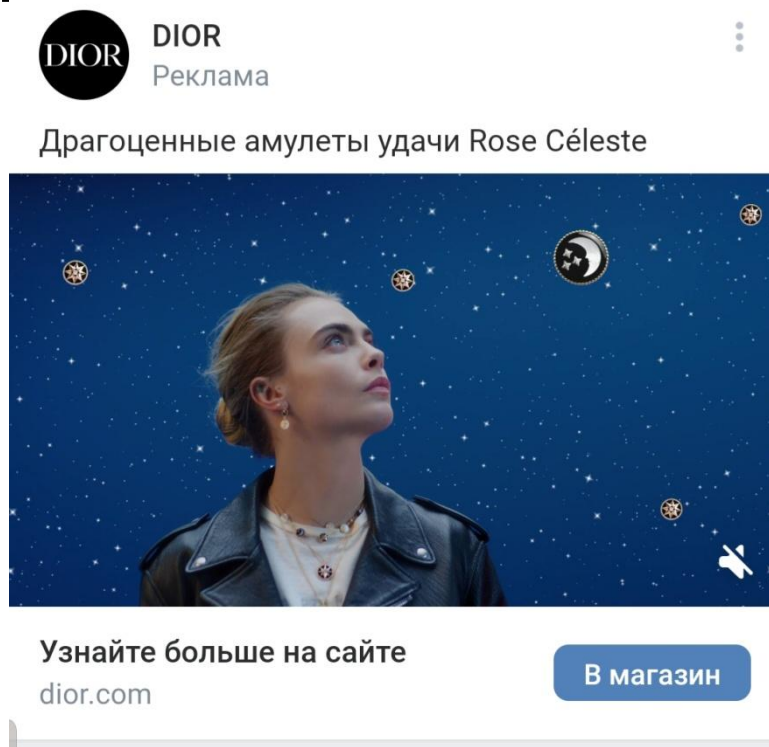


POS- материалы



3. Таргетированная реклама

от англ. target- «цель»- это объявления различных типов (текстовые, фото, видео) в социальных сетях



The image shows a social media advertisement for Dior. At the top left is the Dior logo (a black circle with 'DIOR' in white) and the text 'DIOR Реклама'. To the right of the logo is a vertical ellipsis menu icon. Below the logo is the text 'Драгоценные амулеты удачи Rose Céleste'. The main part of the ad is a photograph of a woman with blonde hair, wearing a black leather jacket and a necklace, looking upwards against a dark blue starry night sky. Several small, ornate jewelry pieces are floating in the sky around her. At the bottom left of the ad is the text 'Узнайте больше на сайте dior.com'. At the bottom right is a blue button with the text 'В магазин'.

3. Таргетированная реклама

Таргетинги для социальных сетей:

- **Социально-демографические: пол, возраст, семейное положение, образование**
- **Географические**
- **По интересам: воспитание детей, спорт, мода**
- **Ретаргетинг-реклама показывается пользователям, которые ранее посещали вашу страницу или сайт**

3. Таргетированная реклама

Объявление
может содержать
заголовок,
изображение,
ссылку, видео,
кнопку и форму
для сбора
контактных
данных



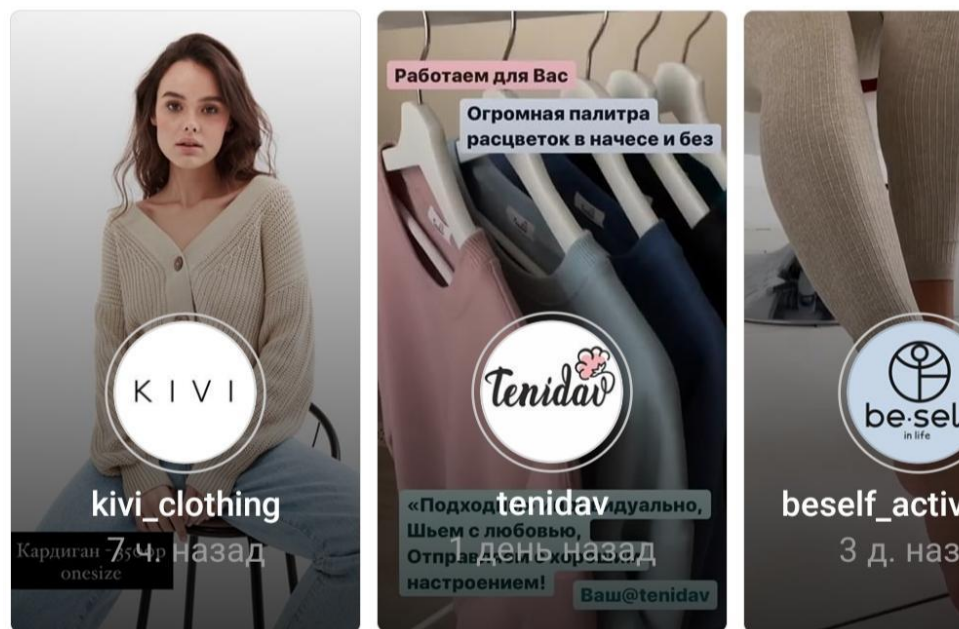


← Действия с рекламой

Действия с вашей рекламой

Просматривайте рекламу, с которой вы недавно взаимодействовали, и узнавайте больше о показывающих ее брендах.

Реклама в историях, на которую вы недавно нажимали



Реклама в Stories

**обеспечивает
высокую
вовлеченность:
объявление
занимает весь
экран,
достаточная
вовлеченность,
возможность
наложения текста**



Выполнение практического задания



Домашнее задание

1. Конспект лекции
2. Понятие и виды контекстной рекламы в интернете

