

Лекция 2/1 Традиционные средства рекламы

Учебные вопросы:

1. Классификация видов рекламы.
2. Средства распространения рекламы.

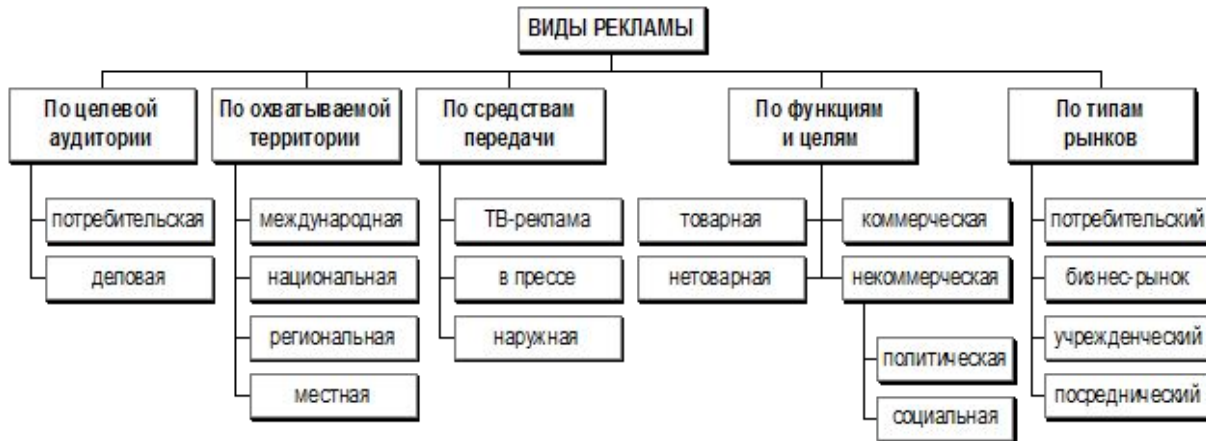
Литература:

1. Бернадская Ю.С. и др. Основы рекламы : Учебник – М.: Наука, 2009. – 281 с.
2. Васильев Г.А., Поляков В.А. Основы рекламы: Учебное пособие. — М.: Вузовский учебник, 2009.-407 с.
3. Васильев Г.Л., Поляков В.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции: Учебное пособие. — М.: Вузовский учебник, 2010. — 272 с.

1. Классификация видов рекламы

По типу ее инициатора:

1. *Реклама от имени производителей и торговых посредников.*
2. *Реклама от имени правительства.*
3. *Реклама от имени частных лиц.*
4. *Реклама от имени общественных организаций.*
5. *Реклама от имени политических партий.*



По направленности на аудиторию:

- **реклама потребительских товаров** (для личных нужд);
- **бизнес-реклама** (реклама оборудования, услуг в сфере производства, торговая реклама оптовикам, реклама, предназначенная врачам, учителям, и т. д.).

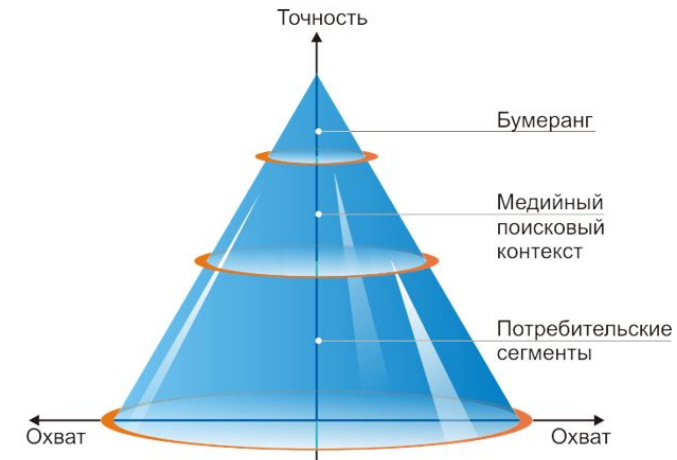
По концентрированности на сегменте аудитории:

- *селективная (избирательная), четко адресованная определенной группе покупателей (сегменту рынка);*
- *массовая, не направленная на конкретный контингент.*

По широте охвата аудитории:

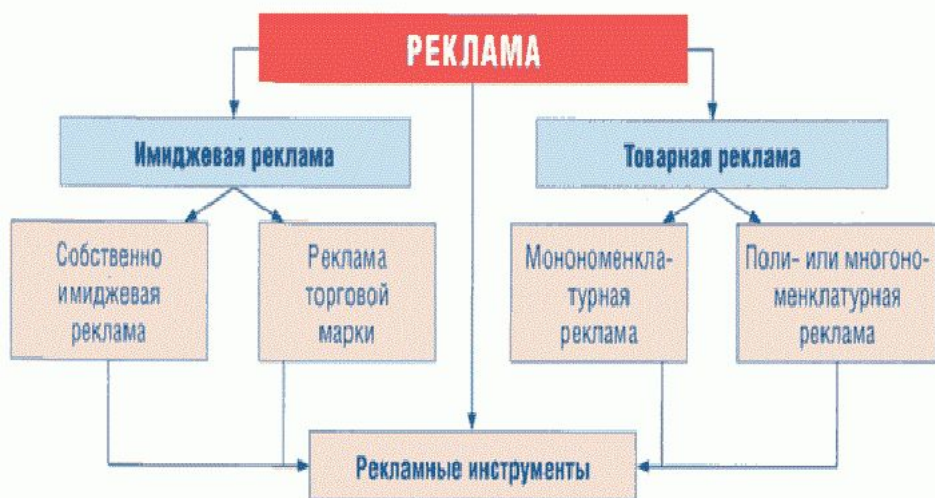
1. *локальная (рассчитана на потребителей, города или района);*
2. *региональная (охватывает определенную часть страны);*
3. *общенациональная (в масштабах всего государства);*
4. *международная (на территории нескольких государств);*
5. *глобальная (иногда охватывающая весь мир).*

Виды селективной рекламы



По предмету рекламной коммуникации (то, что рекламируется):

- 1. товарная реклама** (формирование и стимулирование спроса на конкретный товар или товарную группу);
- 2. имиджевая (престижная) реклама** (реклама фирмы);
- 3. реклама идей;**
- 4. реклама личности;**
- 5. реклама территории** (города, региона или страны в целом);



В зависимости от целей и задач рекламы:

- *информативная;*
- *увещательная;*
- *напоминающая.*

По способу воздействия:

- *зрительная* (наружная, транзитная, печатная реклама и т. п.);
- *слуховая* (радиореклама, реклама по телефону и т.д.);
- *зрительно-обонятельная* (ароматизированная листовка);
- *зрительно-слуховая* (теле-, кино- и видеореклама) и др.

По характеру воздействия на аудиторию:

- *Жесткая реклама, агрессивный нажим на покупателя с целью заставить его купить рекламируемый товар и рассчитана на краткосрочную перспективу.*
- *Мягкая реклама не только сообщает о товаре, но и формирует вокруг него благоприятную атмосферу. Рассчитана на среднесрочную и длительную перспективу.*

По используемым средствам распространения:

1. *печатная (полиграфическая);*
2. *в прессе (в газетах и журналах);*
3. *на радио- и телереклама;*
4. *наружная;*
5. *транзитная;*
6. *в интернете;*
7. *сувенирная и т. д.*

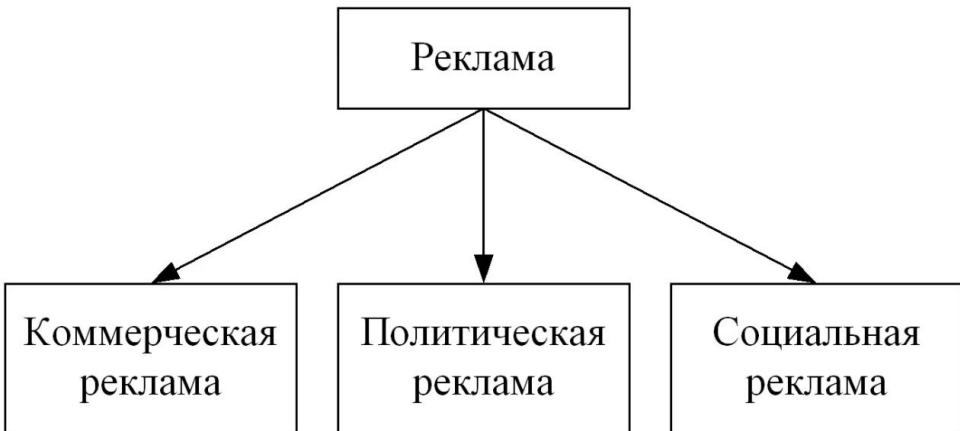
По размещению и творческому подходу:

- *ATL (пресса, радио, телевидение, кино, наружная на транспорте).*
- *BTL (дегустации, конкурсы и лотереи, праздники и клубные вечеринки).*
- *TTL (смешанное применение средств рекламы).*

Виды рекламы по сфере применения: *коммерческая, социальная, политическая*

Коммерческая реклама:

Призвана информировать о продукции рекламодателя или стимулировать рынок. Ее цель – продать конкретную продукцию, переключить на нее внимание с аналогичной продукции конкурентов.



Черты добросовестной коммерческой рекламы:

1. *правдивость;*
2. *конкретность;*
3. *целенаправленность;*
4. *гуманность;*
5. *компетентность.*

Социальная реклама:

Вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и его нравственным ценностям, на актуализацию проблем общества.

- **Миссия:** *изменение поведенческих моделей в обществе.*
- **Цель:** *гуманизация общества и формирование его нравственных ценностей.*

Подфункции социальной функции рекламы:

- *приобщение к национальным ценностям;*
- *пропаганда образа и уровня жизни «выше среднего»;*
- *воспитание культуры потребления.*





Политическая реклама:

Реклама политических партий (объединений), органов государственной власти, государственных и общественных организаций и принимающих участие в политической деятельности отдельных граждан, их действий, идей и программ.



Основными целями, решаемыми политической рекламой, являются узнаваемость и популярность кандидата, отвечающего представлениям избирателей о достойном выборе.



Задачи политической рекламы:

- *увеличить число поддерживающих граждан;*
- *обезопасить кандидата или партию от искажений их призывов и идей;*
- *связать новые политические имена со старыми, авторитетами;*
- *удержать число поддерживающих граждан, от сокращения;*
- *повысить политическую культуру граждан.*

2. Средства распространения рекламы

Средство рекламы — способ представления рекламы с помощью какого-либо носителя или раздражителя для передачи информации в определенной форме и виде. **Рекламное средство включает:** рекламное сообщение и технический носитель.

Процесс выбора рекламных средств:

1. *принятие решения о широте охвата, частоте повторения и силе воздействия рекламы;*
2. *выбор конкретных типов средств распространения рекламы;*
3. *выбор конкретных носителей рекламы;*
4. *принятие решения о графике использования средств;*
5. *составление медиаплана.*



Выбор рационального канала предполагает анализ СМИ по критериям:

- *охват;*
- *доступность;*
- *стоимость;*
- *управляемость*
- *авторитетность.*



Классификация средств рекламы по рекламодателю:

1. *Реклама в прессе*
2. *Печатная реклама*
3. *Реклама на телевидении*
4. *Реклама на радио*
5. *Наружная реклама*
6. *Транзитная реклама*
7. *Реклама в сети Интернет*
8. *Рекламные сувениры*
9. *Прямая почтовая реклама*
0. *Выставки и ярмарки*

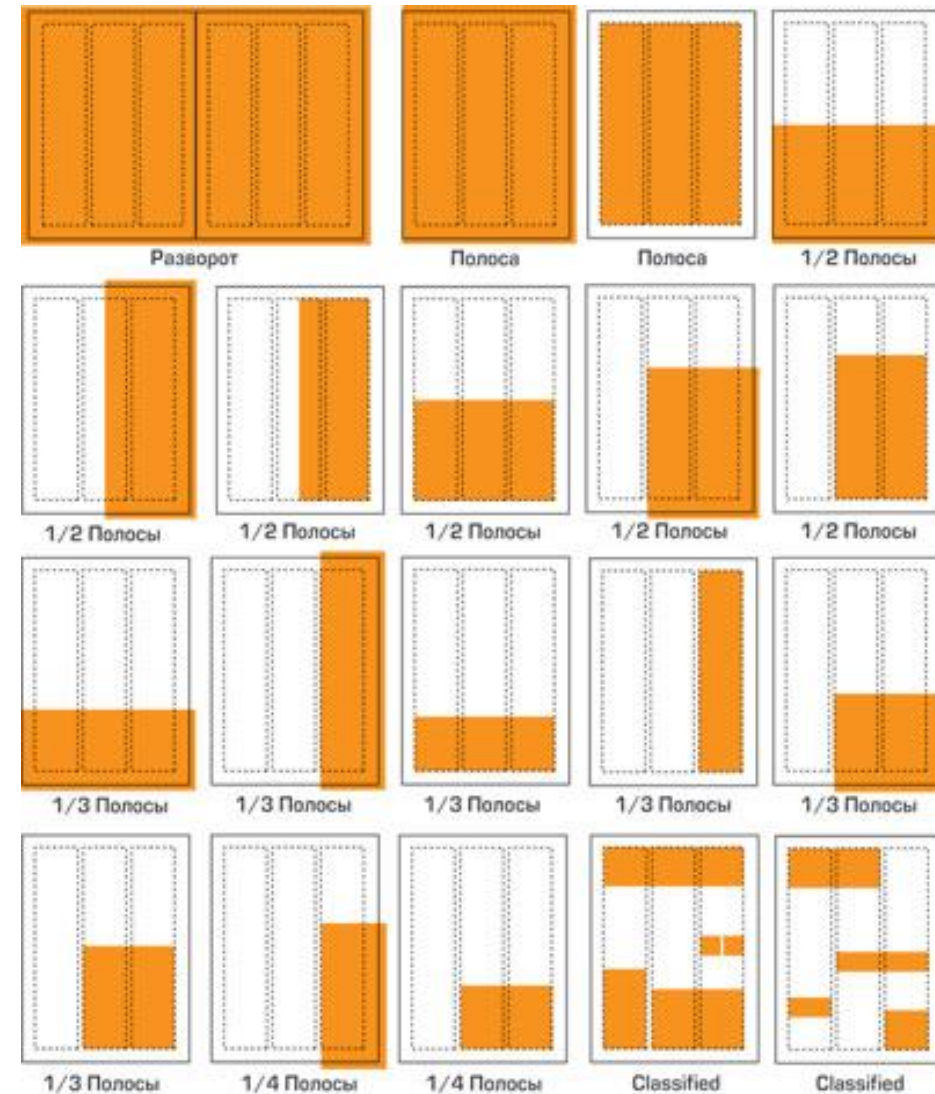
Рассмотрим их

1. Реклама в прессе:

Самая распространенная реклама во всем мире. К ней относят рекламу в газетах, журналах и специализированных рекламных изданиях.

Характеристики изданий:

- **Тираж:** общее количество напечатанных в типографии экземпляров.
- **Периодичность выхода:** ежедневные, еженедельные и ежемесячные.
- **География распространения:** локальные, региональные, национальные, транснациональные.
- **Читательская аудитория:** широкий круг, определенные группы людей.
- **Рейтинг издания:** охват населения одним номером издания.
- **Направленность издания,** газеты, журналы, специализированные рекламные издания.
- **Способ распространения:** по подписке, в розницу, бесплатно, комбинированно.
- **Полиграфическое исполнение:** качество бумаги, глубина цвета.



Виды рекламы в прессе:

1. логотип на страницах;
2. стандартное рекламное объявление;
3. рекламное объявление с отрывным купоном;
4. вкладываемая реклама;
5. рубричная реклама;
6. строчная реклама;
7. строка под «шапкой» издания;
8. рекламная статья;
9. упоминание в редакционном материале;
0. фоторепортаж;
1. разворот;
12. обложка;
13. многостраничное объявление.



2. Печатная реклама:

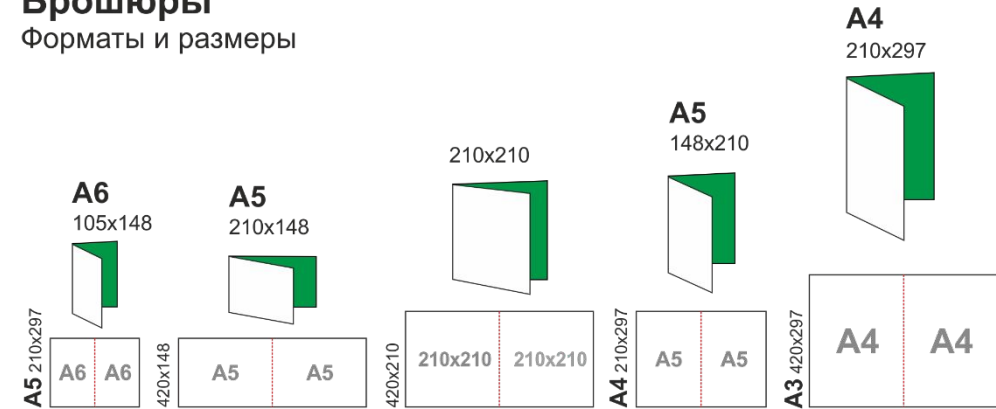
Один из основных видов рекламы, получаемый в основном полиграфическим способом и рассчитанный исключительно на зрительное восприятие.

Виды печатной рекламы:

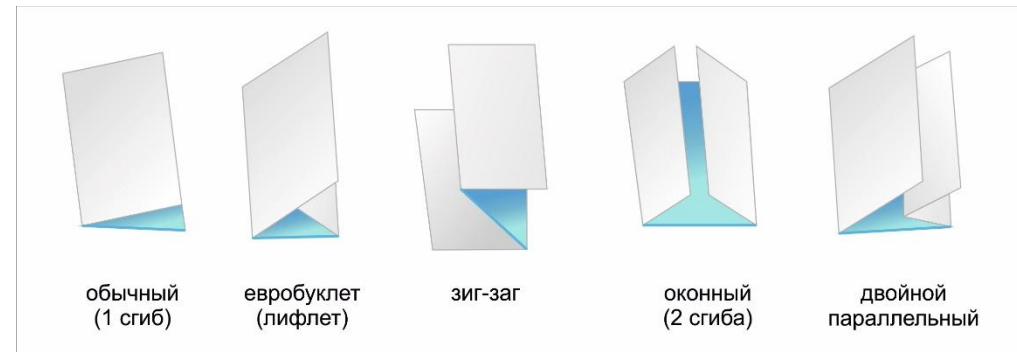
1. **Листовка**, малоформатное недорогое издание без сгибов.
2. **Проспект (брошюра)**, многостраничное, сброшюрованное и хорошо иллюстрированное издание небольшого формата.
3. **Каталог**, издание содержащее основные сведения о каждом виде и образце рекламируемой продукции, хорошего качества.
4. **Буклет**, согнутый в два или несколько раз лист, как правило, многокрасочное, хорошо иллюстрированное издание.
5. **Бродсайт**, листовый рекламный материал большого формата, складывается пополам и обычно рассылается по почте без конверта.
6. **Флайер**, хорошо иллюстрированный приглашительный билет.



Брошюры
Форматы и размеры



Буклеты



3. Реклама на телевидении:

Считается основным носителем рекламы для широкого круга потребителей не только на Западе, но и в России.



Виды телевизионной рекламы:

- 1. **Телеролики**, видеоролики продолжительностью от нескольких секунд до 2–3 минут, демонстрируемые по телевидению.*
- 2. **Рекламные сериалы**, серия логически или эмоционально связанных между собой роликов.*
- 3. **Фотофильмы (слайд-фильмы)**, череда стоп-кадров.*
- 4. **Телеобъявления**, рекламная информация, читаемая диктором.*
- 5. **Телетекст**, текст с конкретными рекламными предложениями.*
- 6. **«Бегущая строка»**, текстовая строка внизу кадра.*
- 7. **Телезаставки**, неподвижные рисованные или фотографические рекламные сюжеты.*
- 8. **Рекламный репортаж**, скрытая реклама, материал без*



4. Реклама на радио:

Можно слушать в магазине, дома, в офисе, в любом другом учреждении, в автомобиле, на отдыхе, на природе, его можно слушать, занимаясь какими-то другими делами.

Виды рекламы на радио:

1. *Объявления, информация, зачитываемая диктором или актером.*
2. *Аудиоролик, специально подготовленный радиосюжет.*
3. *Выступления, прямые обращения представителей фирмы-рекламодателя к радиослушателям с соответствующими предложениями или разъяснениями;*
4. *Консультации специалистов, вид радиорекламы по форме близкий к выступлению, но в разговоре могут участвовать специалисты в той области, где работает рекламодатель.*
5. *Радиорепортажи, репортажи с выставки, ярмарки, магазина и других мероприятий, содержащие прямую и косвенную рекламу.*



**МАЛО
КЛИЕНТОВ?
ЗАКАЖИ
РЕКЛАМУ
на РАДИО!**

XIT FM **мелодія fm**

«Мы работаем. Вы процветаете»

5. Наружная реклама:

Одно из основных средств рекламы, носители которого размещаются вне помещений. Наружная реклама рассчитана на пешеходов, шоферов, пассажиров.

Виды наружной рекламы:

1. стандартные уличные щиты;
2. брендмауэры;
3. конструкции сити-формата;
4. транспаранты-растяжки;
5. суперсайты;
5. крышные установки;
7. панель-кронштейны;
8. призматроны;
9. уличные рекламные конструкции;
0. световая реклама;
1. электронные табло и экраны;
12. указатели;
13. вывески;
14. витрины;
15. штендеры.



6. Транзитная (транспортная) реклама:

Появилась с возникновением городского транспорта в XIX в., а к началу XX в. она развернулась в полном объеме, в том числе и в России.

Виды транзитной рекламы:

1. наружная реклама на транспорте;
2. внутрисалонная реклама;
3. реклама в метро;
4. реклама на транспортных сооружениях;
5. реклама на междугороднем и международном транспорте.

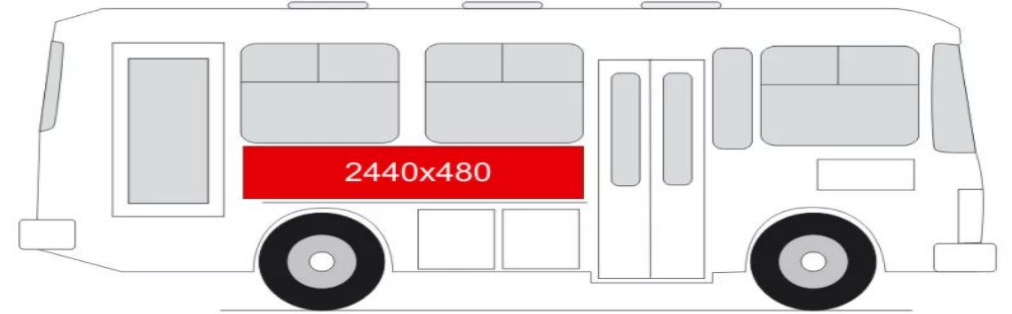
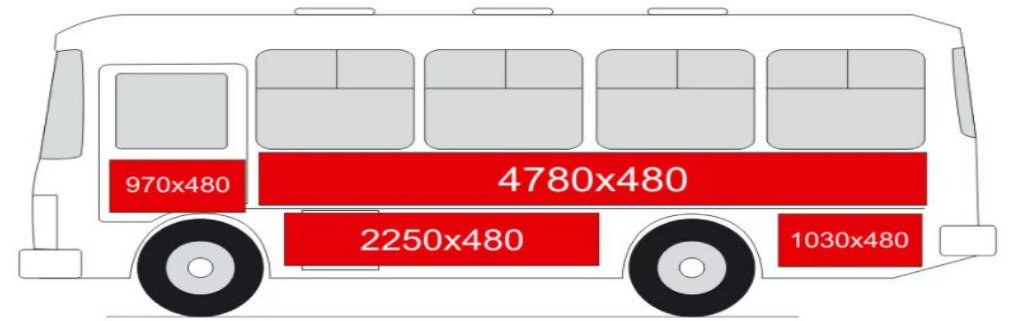
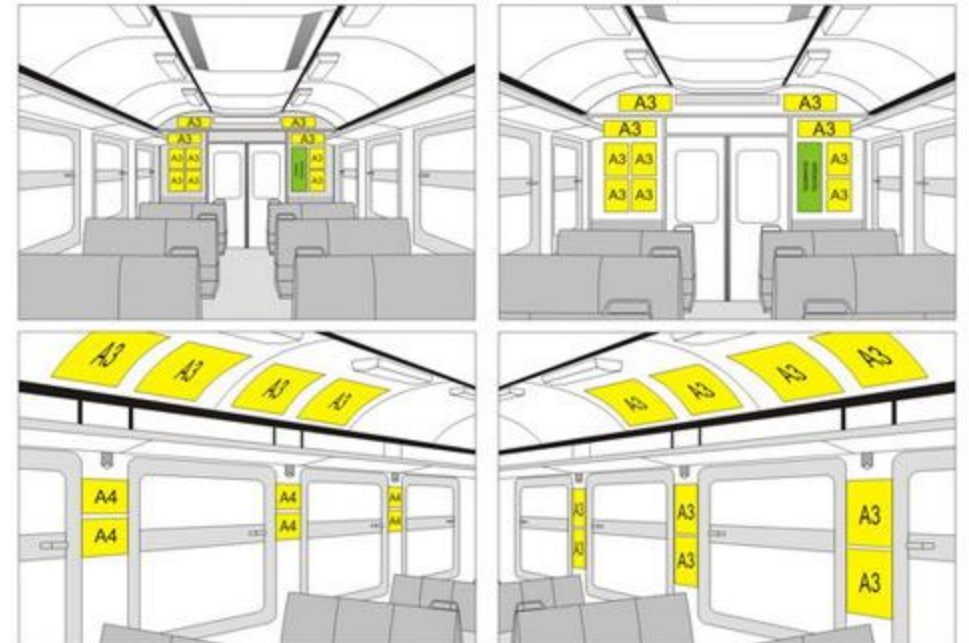


Схема размещения стикеров в вагонах электричек



7. Реклама в сети Интернет:

Основной компонент компьютеризированной рекламы.

Виды рекламы в интернете:

- 1. Медийная.** *Размещение тексто-графических рекламных материалов на сайтах, представляющих собой рекламную площадку. По многим признакам аналогична рекламе в печатных СМИ. Имеет форму баннерной рекламы.*
- 2. Контекстная.** *Размещение тексто-графических рекламных материалов на контекстных площадках. Соответствие рекламных материалов и контекстных им площадок определяется алгоритмом рекламного сервиса.*
- 3. Поисковая.** *Размещение тексто-графических рекламных материалов рядом с результатами поиска на сайтах либо на сайтах партнеров поисковых систем), предлагающих пользователю функцию поиска. Демонстрация тех или иных рекламных сообщений зависит от поискового запроса пользователя. Является подвидом контекстной рекламы и имеет форму текстовой рекламы.*
- 4. Вирусная.** *Вид рекламных материалов, распространителями которой является сама целевая аудитория благодаря формированию содержания, способного привлечь за счет яркой, творческой, необычной идеи или с использованием естественного или доверительного послания. Как правило, в виде такой рекламы выступают интересные видеоролики, flash-приложения и др.*



8. Выставки и ярмарки:

Выставка средство публичной демонстрации тех или иных достижений человечества.

Ярмарка мероприятие рыночного характера, основная цель которого – сбыт демонстрируемой продукции или товаров.

9. Рекламные сувениры:

1. **Фирменные сувенирные изделия:** брелоки, значки, зажигалки, авторучки, пепельницы, шапочки, майки, сумки и т. п.
2. **Серийные сувенирные изделия:** календарная продукция, матрешки, деревянные резные изделия, панно, чеканка по металлу, костяные и янтарные изделия, ростовская финифть и др.
3. **Подарочные изделия:** атташе-кейсы, письменные приборы, настольные, настенные и напольные часы, шкатулки с лаковыми миниатюрами, художественные альбомы, павлово-посадские платки, фарфоровые вазы, самовары и т. п.
4. **Фирменные упаковочные материалы:** полиэтиленовые сумки, упаковочная бумага, коробки для подарков и сувениров, фирменные папки, карманы для деловых бумаг, фирменная клейкая лента.



10. Прямая почтовая реклама:

DM, Direct mail - средство доведения обращения рекламодателя в неизменном письменном, печатном или специально обработанном виде методом контролируемого распространения непосредственно до отобранных лиц.

Типы отправлений:

1. рекламные и рекомендательные письма;
2. открытки;
3. листовки;
4. буклеты;
5. проспекты;
6. каталоги;
7. прайс-листы;
8. приглашения на мероприятия;
9. сувенирные календари и плакаты;
10. купоны на скидку;
11. возвратные карточки заказа;
12. программы и анкеты;
13. образцы предлагаемой продукции и др.

