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.).*

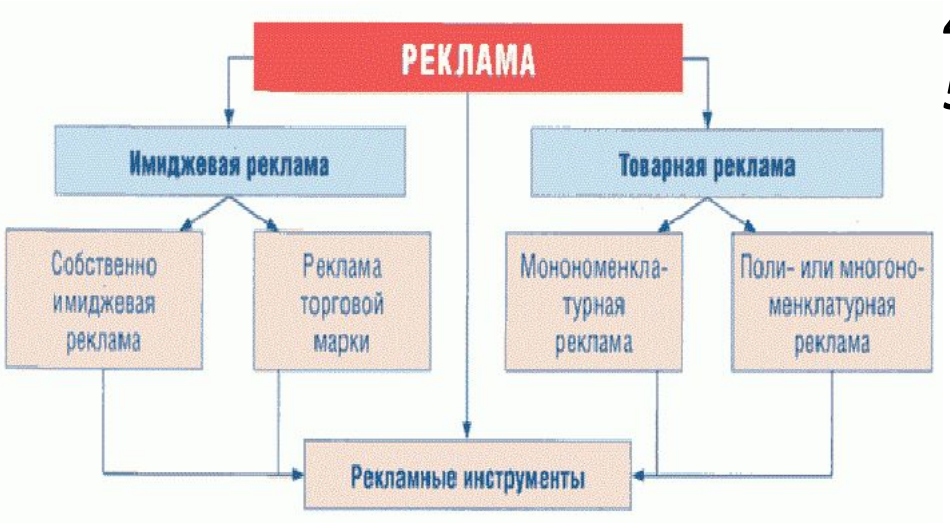
По концентрированности на сегменте аудитории:

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

Виды селективной рекламы

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).*



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;*
- *увещевательная;*
- *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.*

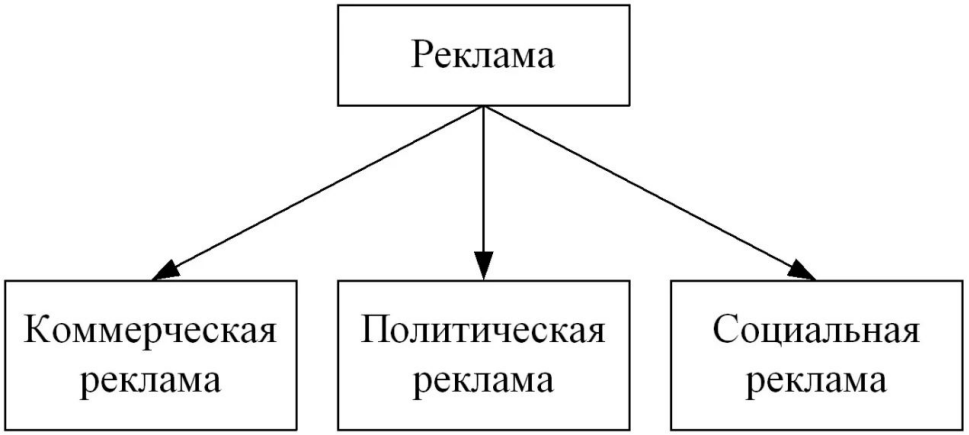
По используемым средствам распространения:

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:

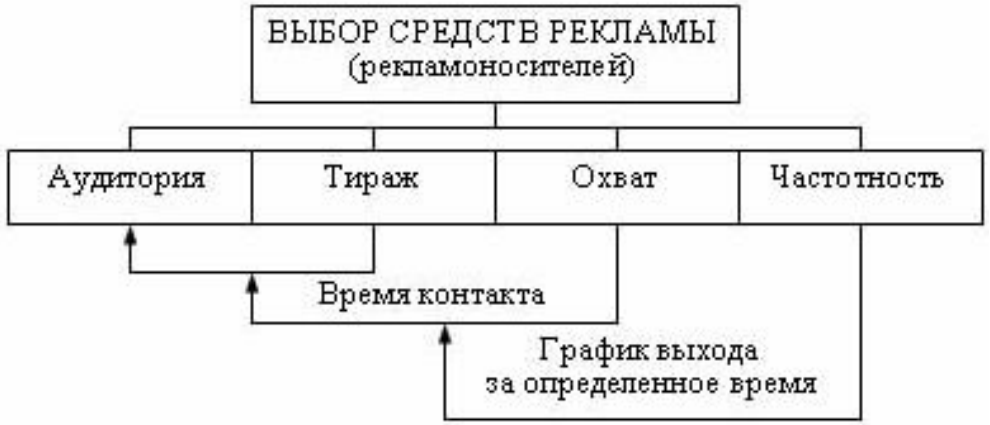
- *увеличить число поддерживающих граждан*;
- *обезопасить кандидата или партию от искажений их призывов и идей;*
- *связать новые политические имена со старыми, авторитетами;*
- *удержать число поддерживающих граждан,, от сокращения;*
- *повысить политическую культуру граждан.*

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*.

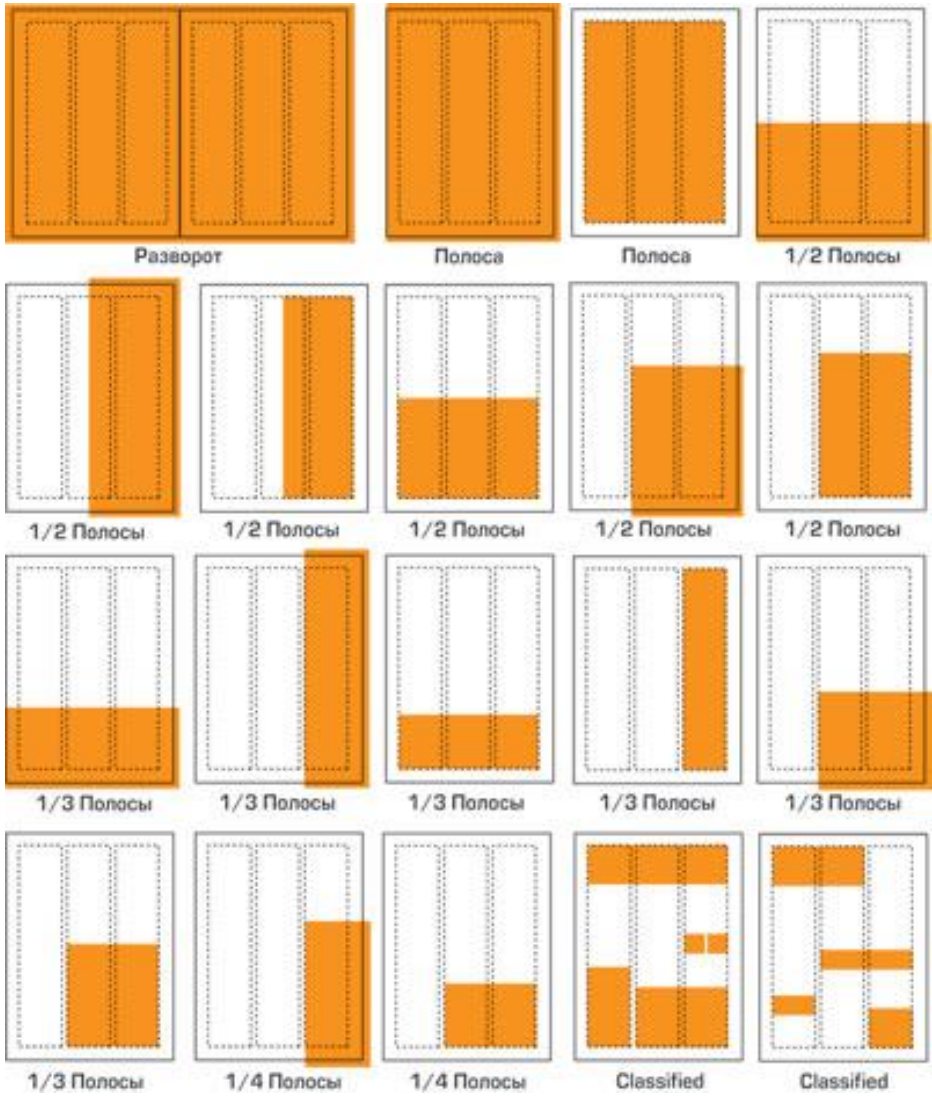
Классификация средств рекламы по рекламоносителю:

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:

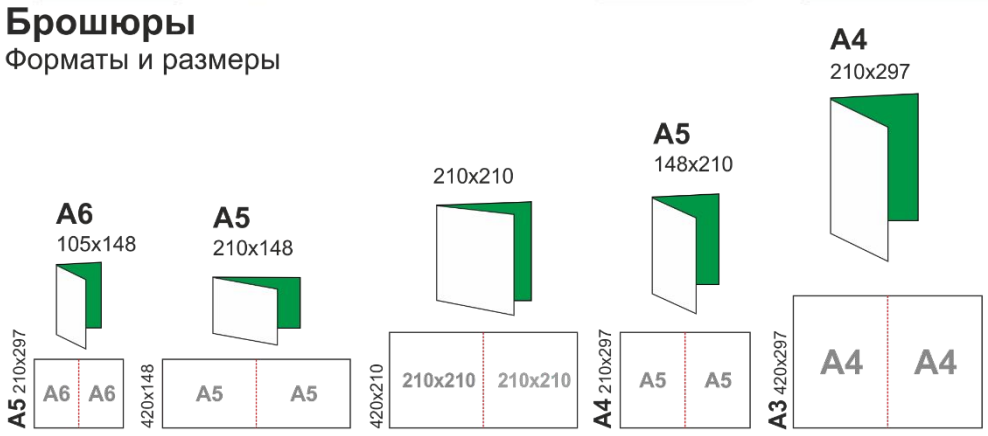
1. *логотип на страницах;*
2. *стандартное рекламное объявление;*
3. *рекламное объявление с отрывным купоном;*
4. *вкладываемая реклама;*
5. *рубричная реклама;*
6. *строчная реклама*;
7. *строка под «шапкой» издания;*
8. *рекламная статья;*
9. *упоминание в редакционном материале;*
0. *фоторепортаж;*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

2. Печатная реклама:

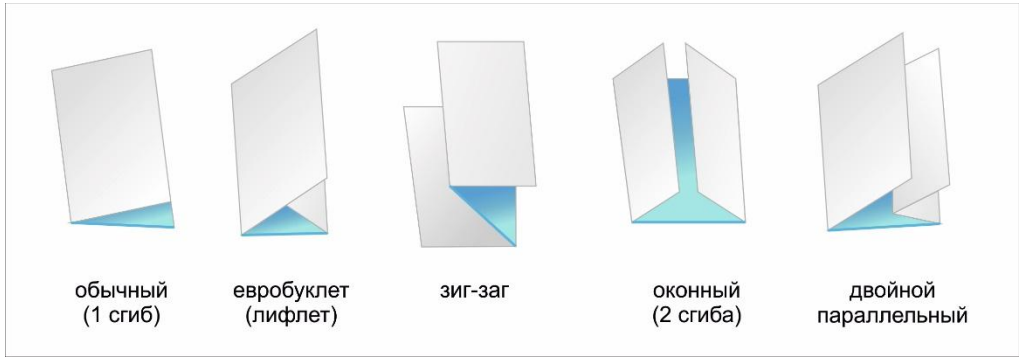
Один из основных видов рекламы, получаемый в основном полиграфическим способом и рассчитанный исключительно на зрительное восприятие.

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**, листовой рекламный материал большого формата, складывается пополам и обычно рассылается по почте без конверта.*
6. ***Флайер**, хорошо иллюстрированный пригласительный билет.*



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 упоминания о том, что это реклама.*

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.*

5. Наружная реклама:

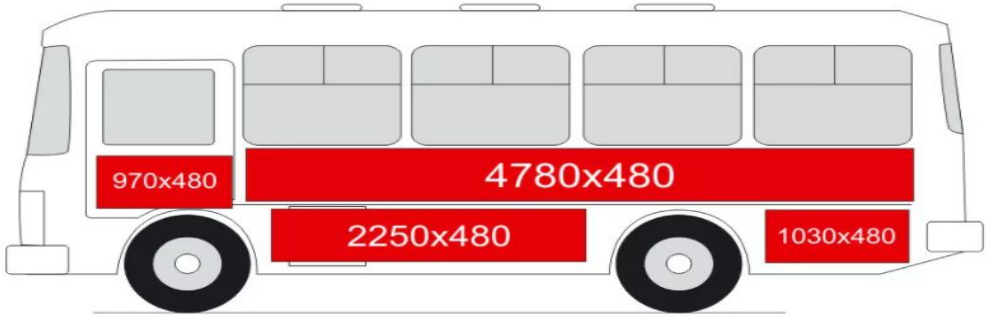
Одно из основных средств рекламы, носители которого размещаются вне помещений. Наружная реклама рассчитана на пешеходов, шоферов, пассажиров.

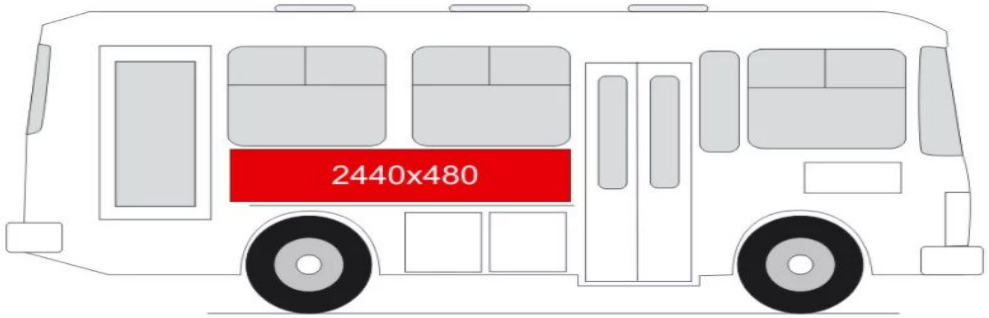
Виды наружной рекламы:

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

6. Транзитная (транспортная) реклама:

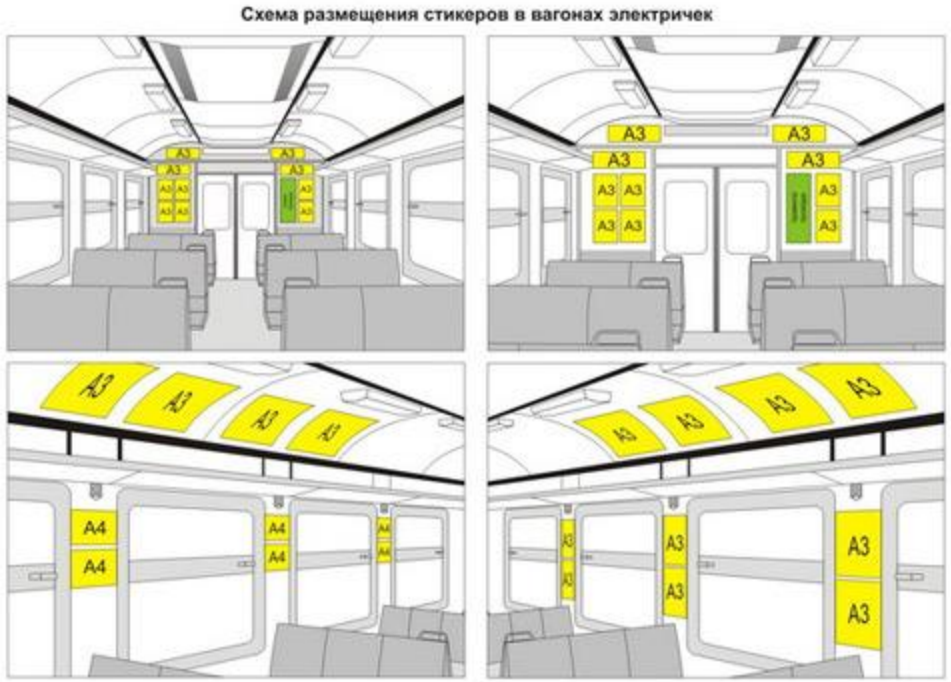
Появилась с возникновением городского транспорта в XIX в., а к началу XX в. она развернулась в полном объеме, в том числе и в России.





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.*



7. Реклама в сети Интернет:

Основной компонент компьютеризированной рекламы.

Виды рекламы в интернете:

1. ***Медийная.*** *Размещение текстово-графических рекламных материалов на сайтах, представляющих собой рекламную площадку. По многим признакам аналогична рекламе в печатных СМИ. Имеет форму баннерной рекламы.*

2. ***Контекстная.*** *Размещение текстово-графических рекламных материалов на контекстных площадках. Соответствие рекламных материалов и контекстных им площадок определяется алгоритмом рекламного сервиса.*

3. ***Поисковая.*** *Размещение текстово-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.*