



Технологии рекламы: сущность, классификация

ВЫПОЛНИЛА: ПЛОХОВА АННА, ГР.20145

Понятие «Технология»

(В широком смысле)

-объем знаний, которые можно использовать для производства товаров и услуг из экономических ресурсов.

(В узком смысле)

–способ преобразования вещества, энергии, информации в процессе изготовления продукции, обработки и переработки материалов, сборки готовых изделий, контроля качества, управления.

Рекламная технология — это отработанная опытом совокупность процессов и операций по созданию определенного вида рекламного продукта.



Понятие «рекламная технология»

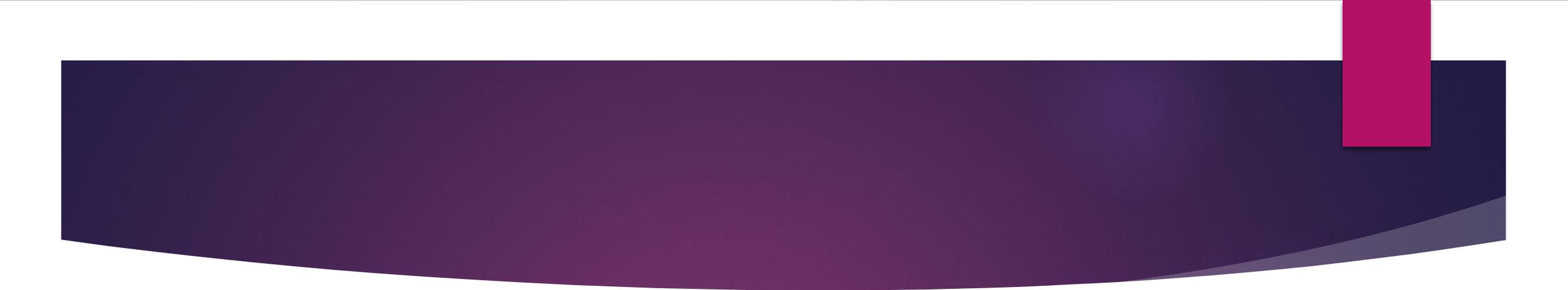
- ▶ научным как часть прикладной науки;
- ▶ процессуально-описательным;
- ▶ процессуально-действенным.



Уровни рекламной технологии:

- ▶ Общий уровень.
- ▶ Частный уровень.
- ▶ Локальный уровень.



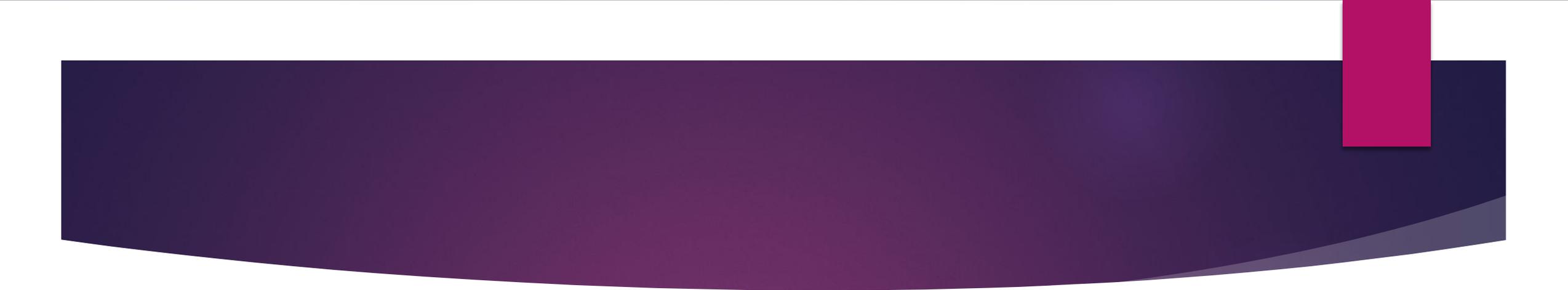


Основные задачи рекламной технологии:

- ▶ развитие эффективного рекламного бизнеса;
- ▶ разработка креативной рекламы (сообщения);
- ▶ создание и использование инновационных рекламоносителей;
- ▶ совершенствование производства рекламных продуктов и др

Элементы рекламной технологии:

- ▶ Физические объекты.
- ▶ Технологический процесс.
- ▶ «Ной-Хау».



Рекламными технологиями принято называть все те способы, методы, средства, на основе которых осуществляется рекламная деятельность в той или иной организации

Основными принципами рекламных технологий являются:

- ▶ принцип научности в системе рынка рекламных технологий;
- ▶ диалоговый режим работы с прикладными компьютерными программами;
- ▶ неповторимость и инновационность рекламного сообщения;
- ▶ принцип старения рекламы;
- ▶ создание рекламой добавочной стоимости товара.

На основе используемых средств рекламы:

- ▶ Печатная реклама.
- ▶ Реклама в прессе.
- ▶ Аудиовизуальная реклама.
- ▶ Радио- и телереклама.



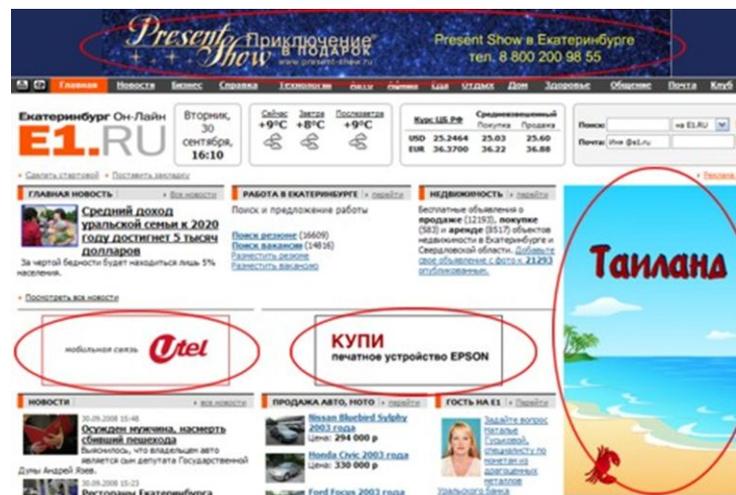
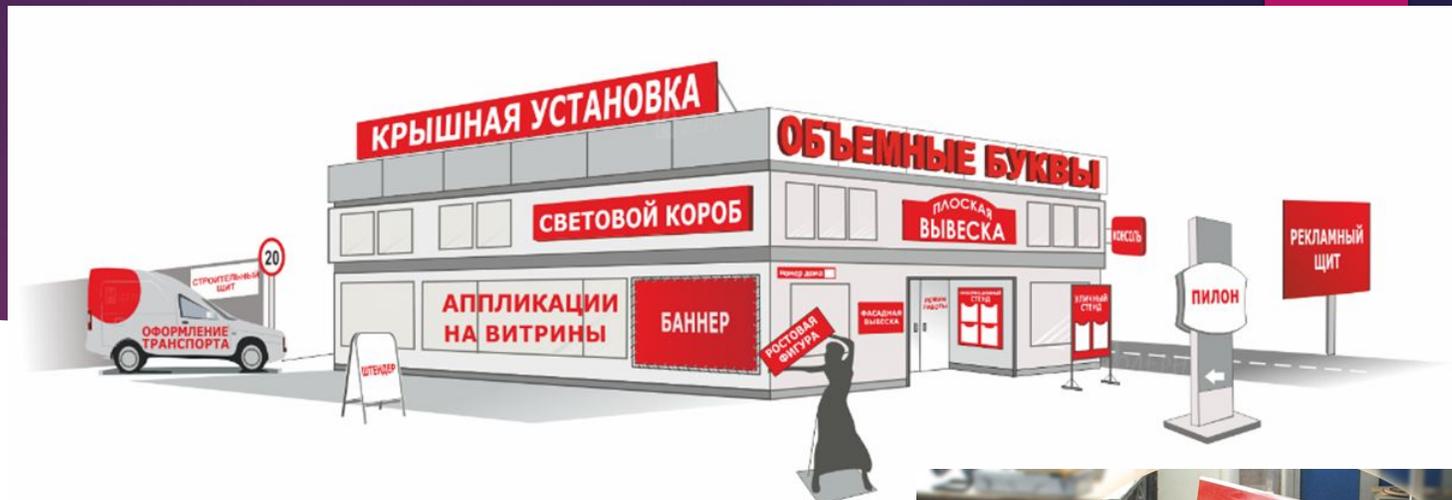
- ▶ Выставки и ярмарки.
- ▶ Рекламные сувениры.
- ▶ Прямая почтовая реклама.



▶ Наружная реклама.

▶ Реклама на нестандартных носителях.

▶ Интернет реклама.



▶ Виртуальная ТВ реклама.

▶ Пробники продукции.

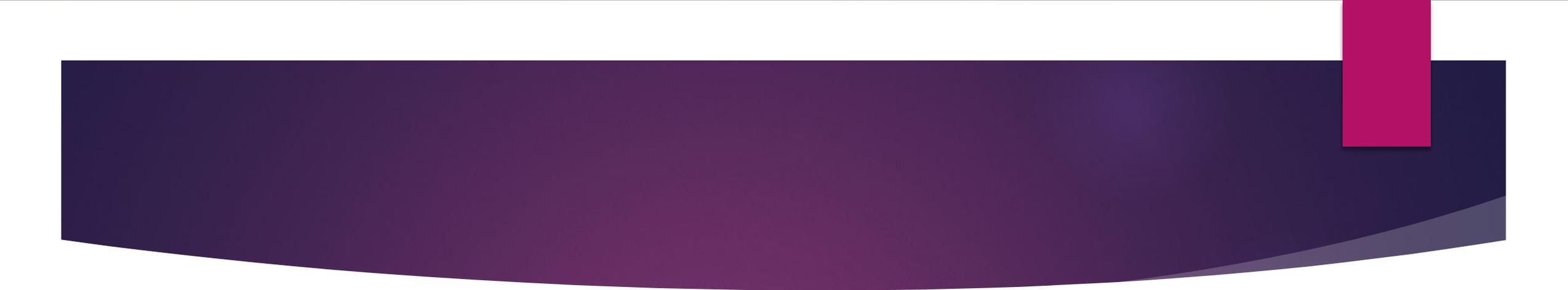
▶ эффекты «дополненной реальности».

▶ Pop-up



На основе методов:

- ▶ Технологии создания рекламного сообщения.
- ▶ Технологии изготовления рекламоносителей.
- ▶ Технология медиапланирования.
- ▶ Технологии маркетинговых исследований в рекламе.
- ▶ Технологии поддержки принятия решений.



Спасибо за внимание