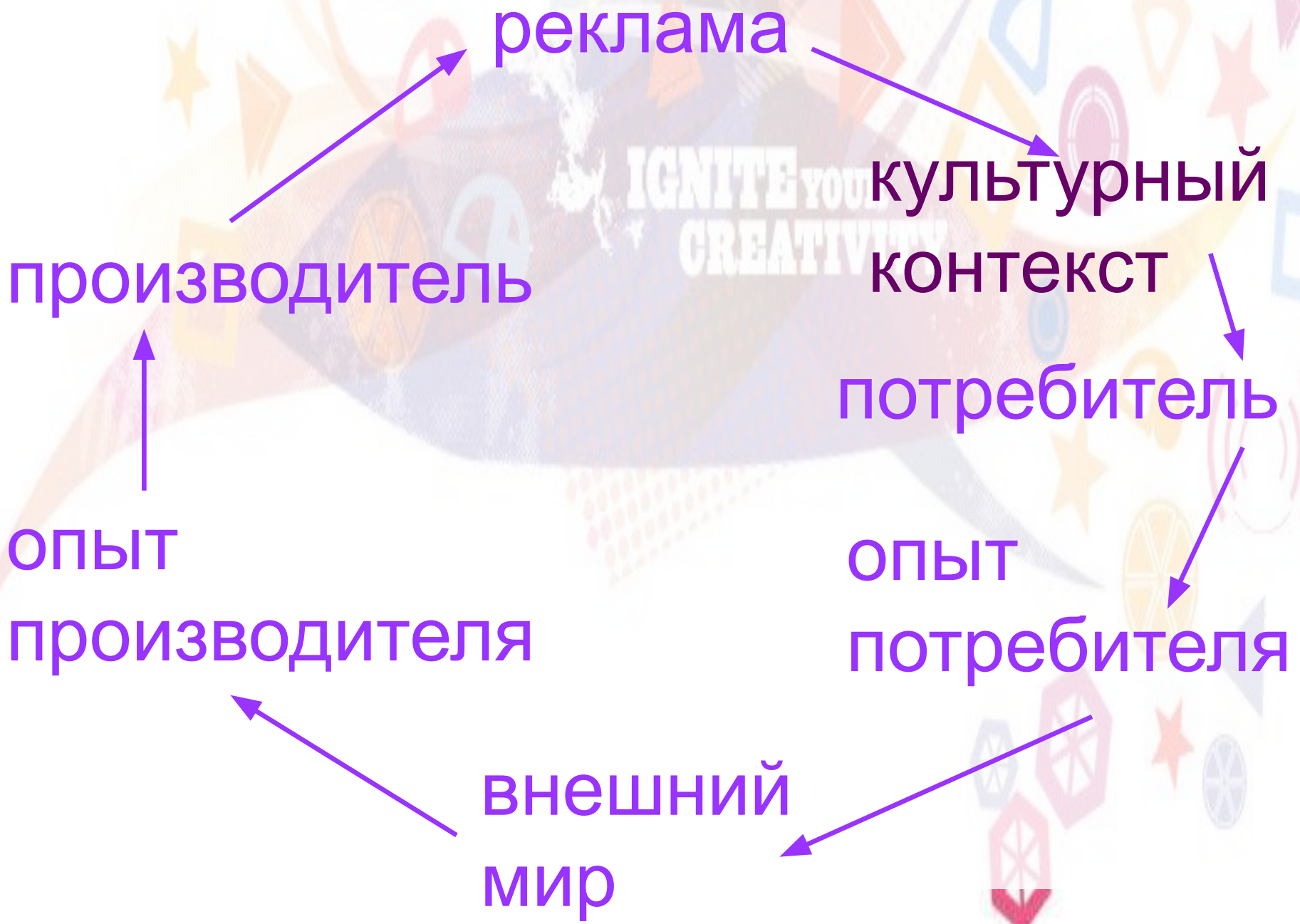
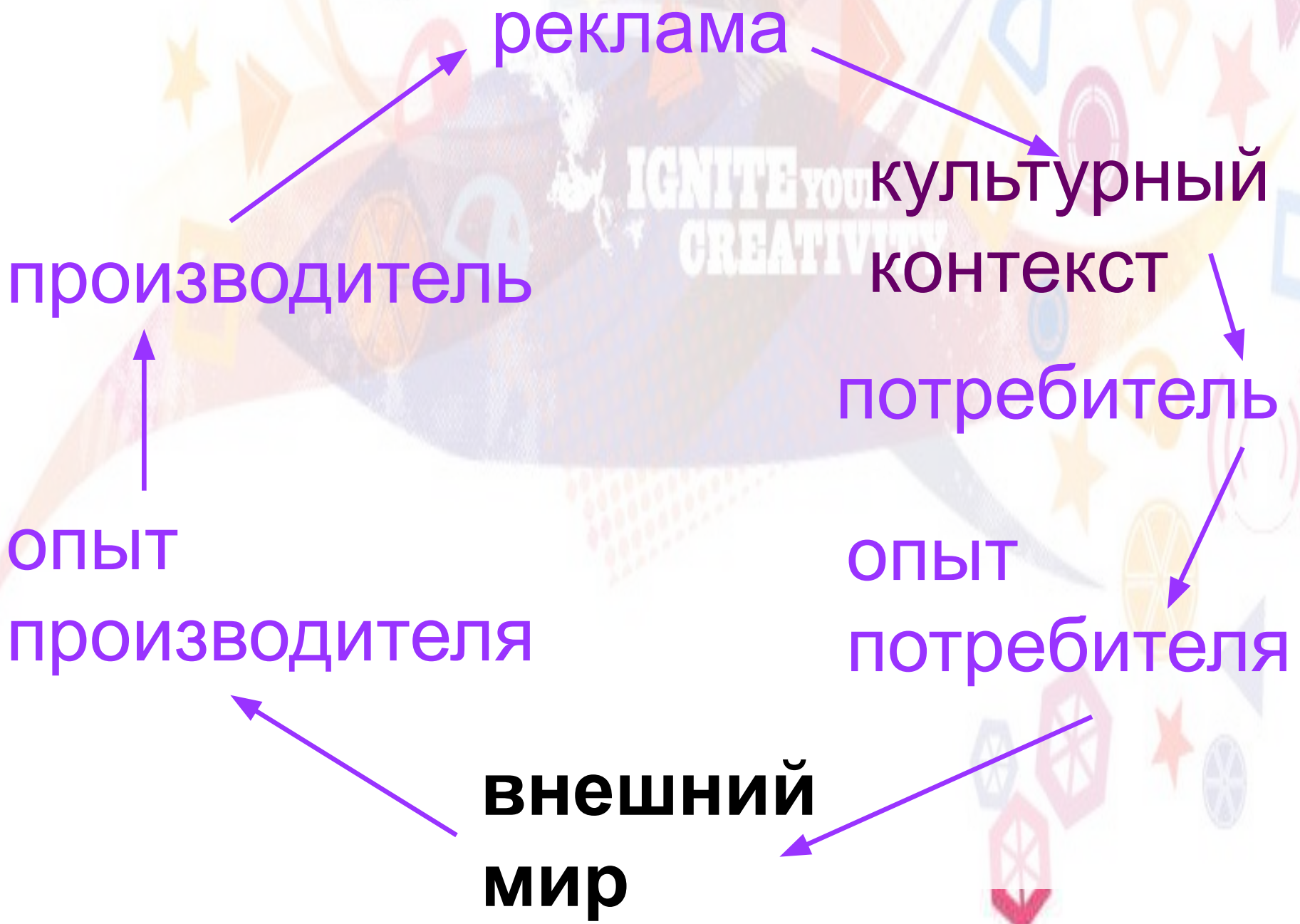




реклама
лекция 5

что такое
социальная
реклама?





так и чему мы научились?

IGNITE YOUR
CREATIVITY



так и чему мы научились?

- Мы выяснили для себя что такое:



так и чему мы научились?

- Мы выяснили для себя что такое:
 - реклама



так и чему мы научились?

- Мы выяснили для себя что такое:
 - реклама
 - цель рекламы



так и чему мы научились?

- Мы выяснили для себя что такое:
 - реклама
 - цель рекламы
 - эффективность рекламы



так и чему мы научились?

- Мы выяснили для себя что такое:
 - реклама
 - цель рекламы
 - эффективность рекламы
 - целевая аудитория



так и чему мы научились?

- Мы выяснили для себя что такое:
 - реклама
 - цель рекламы
 - эффективность рекламы
 - целевая аудитория, или потребитель
 - культурный код





**IGNITE YOUR
CREATIVITY**

целевая
аудитория
потребите
ль



IGNITE YOUR
CREATIVITY

целевая
аудитория
потребите
ль

реклама



**IGNITE YOUR
CREATIVITY**

целевая
аудитория
потребитель

реклама
рекламный
текст



IGNITE YOUR
CREATIVITY

целевая
аудитория
потребитель

рекламный
текст

производитель



**IGNITE YOUR
CREATIVITY**

целевая
аудитория
потребитель

рекламный
текст

производитель

внешний
мир
контекст



IGNITE YOUR
CREATIVITY

ценности

целевая
аудитория
потребите
ль

рекламный
текст

производи
тель

внешний
мир
контекст

потребности

IGNITE YOUR
CREATIVITY

ценности

целевая
аудитория
потребитель

рекламный
текст

производитель

внешний
мир
контекст



потребности

привычки

стереотипы

ценности

целевая
аудитория
потребитель

рекламный
текст

производитель

внешний
мир
контекст

ОПЫТ

потребности

привычки

стереотипы

ценности

IGNITE YOUR
CREATIVITY

целевая
аудитория
потребитель

рекламный
текст

производитель

внешний
мир
контекст

ОПЫТ

ПОТРЕБНОСТИ

ПРИВЫЧКИ

СТЕРЕОТИПЫ

СИСТЕМА
ЗНАКОВ
ДЛЯ
КОММУНИКАЦИИ

IGNITE YOUR
CREATIVITY

ЦЕННОСТИ

целевая
аудитория
потребитель

рекламный
текст

АГЕНТСТВО

производитель

внешний
мир
контекст

ОПЫТ

ПОТРЕБНОСТИ

ПРИВЫЧКИ

СТЕРЕОТИПЫ

СИСТЕМА
ЗНАКОВ
ДЛЯ
КОММУНИКАЦИИ

IGNITE YOUR
CREATIVITY

ЗАКАЗЧИК

ЦЕННОСТИ

АГЕНТСТВО

ЦЕЛЕВАЯ
АУДИТОРИЯ
ПОТРЕБИТЕ
ЛЬ

РЕКЛАМНЫЙ
ТЕКСТ

ПРОИЗВОДИ
ТЕЛЬ

ВНЕШНИЙ
МИР
КОНТЕКСТ

ОПЫТ

ПОТРЕБНОСТИ

ПРИВЫЧКИ

СТЕРЕОТИПЫ

СИСТЕМА
ЗНАКОВ
ДЛЯ
КОММУНИКАЦИИ

IGNITE YOUR
CREATIVITY

ЗАКАЗЧИК

ЦЕННОСТИ

АГЕНТСТВО

ЦЕЛЕВАЯ
АУДИТОРИЯ
ПОТРЕБИТЕ
ЛЬ

РЕКЛАМНЫЙ
ТЕКСТ

ПРОИЗВОДИ
ТЕЛЬ

ВНЕШНИЙ
МИР
КОНТЕКСТ

автор

ОПЫТ

потребности

привычки

стереотипы

система
знаков
для
коммуникации

IGNITE YOUR
CREATIVITY

автор

заказчик

автор

автор

ценности

агентство

целевая
аудитория
потребитель

рекламный
текст

производитель

внешний
мир
контекст

автор

ОПЫТ

потребности

привычки

стереотипы

система
знаков
для
коммуникации

IGNITE YOUR
CREATIVITY

автор

заказчик

автор

копирайт **автор**

ценности

агентство

целевая
аудитория
потребитель

рекламный
текст

производитель

внешний
мир
контекст

автор
автор

media

ОПЫТ

система
знаков
для
коммуникации

товар

потребности

прибыль

услуга

привычки

знание

цена

стереотипы

автор

заказчик

автор

копирайт

автор

ценности

агентство

целевая
аудитория
потребитель

рекламный
текст

производитель

внешний
мир
контекст

автор
автор

media

ОПЫТ

система
знаков
для
коммуникации

товар

потребности

прибыль

услуга

привычки

знание

цена

стереотипы

автор

заказчик

автор

копирайт

автор

бренд

агентство

ценности

целевая
аудитория
потребитель

рекламный
текст

производитель

внешний
мир
контекст

По законодательству Российской Федерации
согласно **объекту** рекламы
выделяют:

коммерческая реклама

социальная реклама

политическая реклама

Частные объявления, то есть объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности, в соответствии с Законом о рекламе (ст. 2, п. 6) не рассматриваются в качестве рекламы.



IGNITE YOUR
CREATIVITY

социальная реклама
или
PSA - public service
announcement



IGNITE YOUR
CREATIVITY

объект
социальной
рекламы?



IGNITE YOUR
CREATIVITY

заказчик
социальной
рекламы?



IGNITE YOUR
CREATIVITY

заказчик
социальной
рекламы?



IGNITE YOUR
CREATIVITY

о чем
социальная реклама?

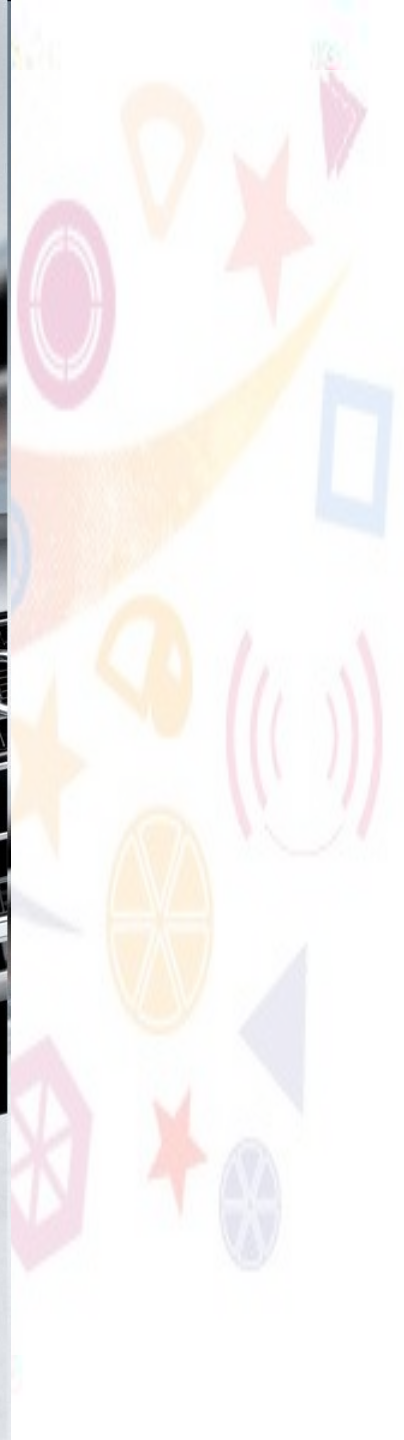


IGNITE YOUR
CREATIVITY

как
социальная реклама
воздействует?



To you it's an Audi with zero down.
To the world, it's an Audi.



Pumped, Inc., Miami, USA

www.prestigeaudimiami.com



Vorsprung durch Technik www.audi.com.br

Audi R8. 420 Horsepower.



Almap BBDO

THE TSUNAMI KILLED 100 TIMES MORE PEOPLE THAN 9/11.

The planet is brutally powerful. Respect It. Preserve It. www.wwf.org





HOW MANY RESOURCES AND POLLUTANTS *does it take to make a light bulb?*

More than it should. The reality is, even energy-efficient products don't always come from energy-efficient beginnings. Consider for a second what goes into producing, powering and transporting products around the world like hybrid cars, appliances and yes, even energy-efficient light bulbs. Until they're manufactured in a carbon-neutral way, transported on low-emission vehicles, and powered in our homes by cleaner energy including wind and solar, green products

will never be as green as they can be. While your commitment to use energy-efficient products is still better for our planet, that commitment will mean so much more when we have a fair, effective, science-based agreement on climate change. That's why WWF is working with government and industry to make that happen and get to the root of climate change. Working together we're confident that a vibrant, low-carbon economy is possible. But the time for action is now.

DraftFCB, Toronto,
Canada

Join us in support of real action against climate change. Learn more at WWF.ca



If you thought
a tiger claw
brings good luck,
imagine
having twenty and
still being killed.



A few superstitions lead to hundreds of tigers being killed annually.
It's not too late. Log on to www.wwf.org and make the difference.



1917

США

рекрутинговый

плакат

Джеймс Монтгомери

Флегга



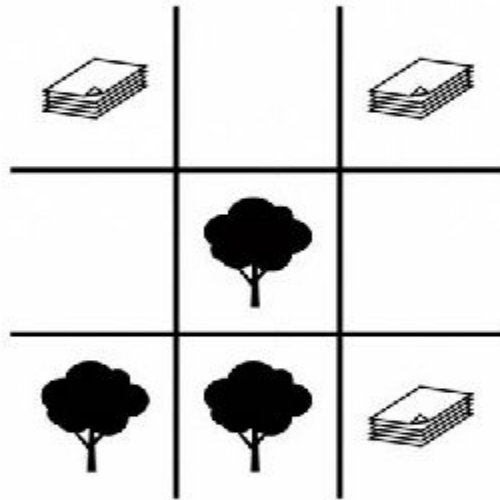
20-е
СССР
Дмитрий Моор
«Ты записался
добровольцем?»

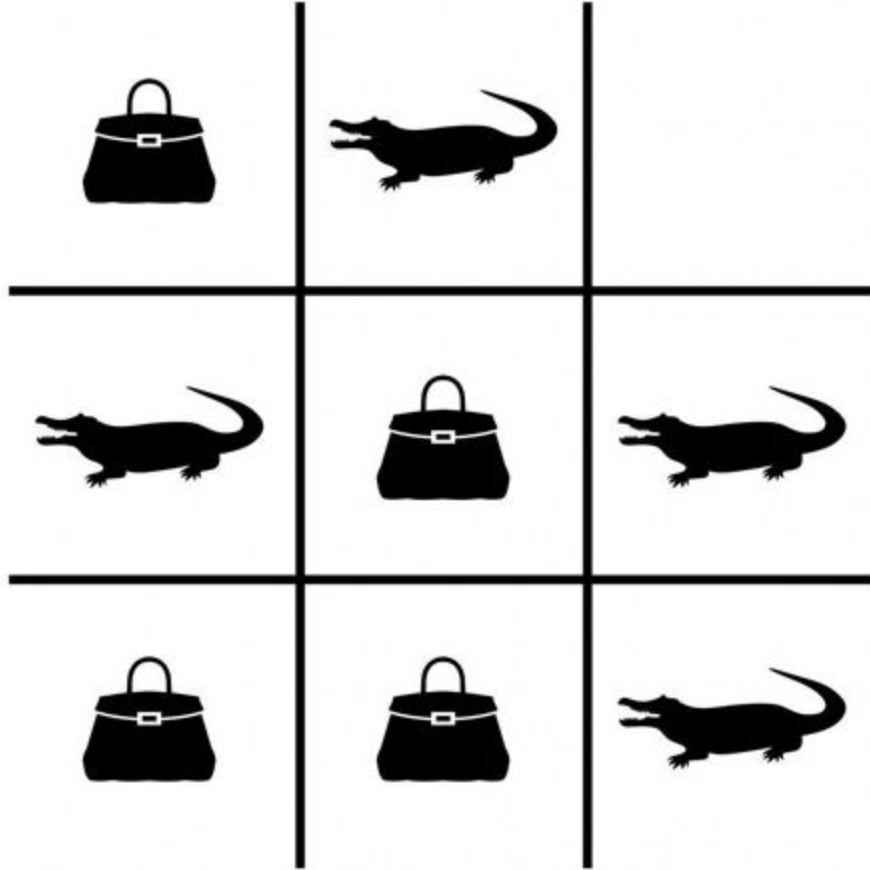


40-е годы
СССР
Ираклий Тоидзе
«Родина-мать зовет!»











VOTE EARTH! | MONUMENTS

AMBIENT - Stunts & Live Advertising

THE WORLD'S MONUMENTS VOTED, TO CREATE A VISUAL MANDATE FOR ACTION.



Giza



Athens



Rome



Kuwait



Toronto



Lima



Paris



New York



London



Jakarta



Sydney



Hong Kong



Rio de Janeiro



Las Vegas



Shanghai



Beijing



Lausanne



Moscow



CHALLENGE //

In the third year of Earth Hour, it was time to use the world's monuments to create real action against global warming.

INSIGHT //

In December 2009, world leaders will meet in Copenhagen to determine if policies are made to take action against global warming. We targeted this meeting as a critical opportunity for people of the world to make their voice heard. But first, we needed the people to believe that switching off their lights could make a real difference.

CREATIVE SOLUTION //

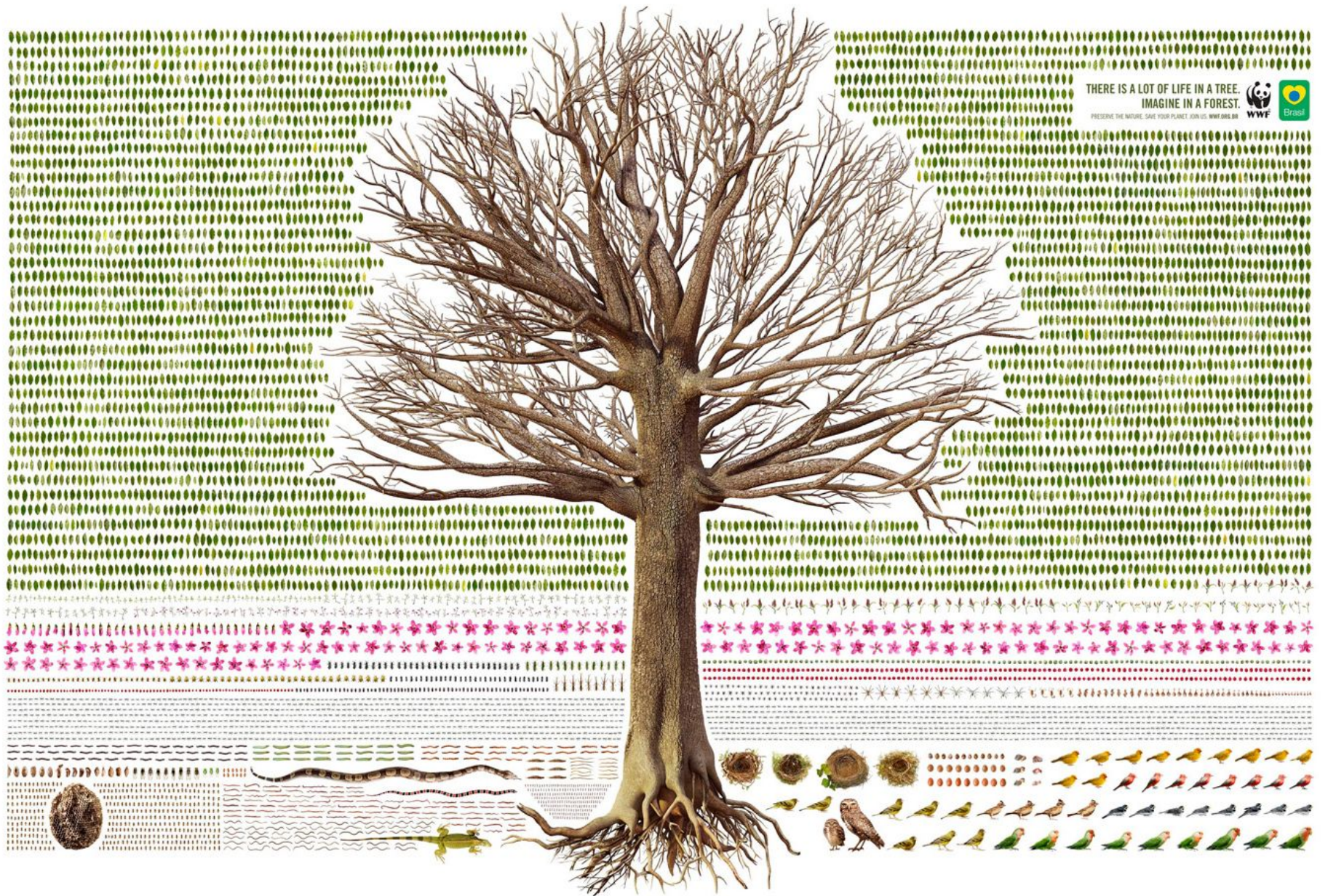
Transform the light switch into a vote, and hold an election between Earth and Global Warming. We asked the world's monuments to VOTE EARTH by switching off their lights for Earth Hour, with the goal of presenting the votes to world leaders in Copenhagen, as a mandate for change.

RESULTS //

- * Over 4000 cities across 88 countries took part
- * 1059 of the world's icons switched off
- * 18 of the G20 countries, and 38 of the C40 cities took part
- * China, India and the Middle East participated for the first time
- * 87 million online mentions during the course of the campaign

- * 300 online mentions per second during 24 hour period of Earth Hour
- * #1 topic on Twitter and YouTube on the day of Earth Hour
- * A reported 1 in 7 people worldwide switched off their lights to VOTE EARTH
- * The campaign reached over 1 billion people
- * The votes will be presented to world leaders in Copenhagen, as united mandate for action against global warming.

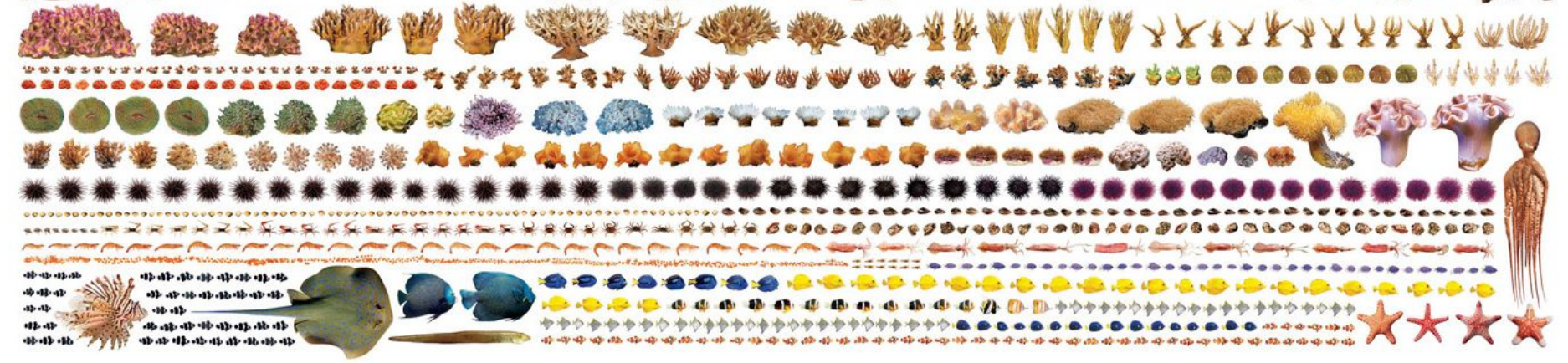




THERE IS A LOT OF LIFE IN A TREE.
IMAGINE IN A FOREST.
PRESERVE THE NATURE. SAVE YOUR PLANET. JOIN US! WWF BRASIL



THERE IS A LOT OF LIFE IN A REEF.
IMAGINE IN AN OCEAN.
PRESERVE THE NATURE. SAVE YOUR PLANET. JOIN US. WWFBRASIL





YOU CAN'T AFFORD TO BE SLOW IN AN EMERGENCY
ACT NOW FOR THE PLANET





YOU CAN'T AFFORD TO BE SLOW IN AN EMERGENCY
ACT NOW FOR THE PLANET



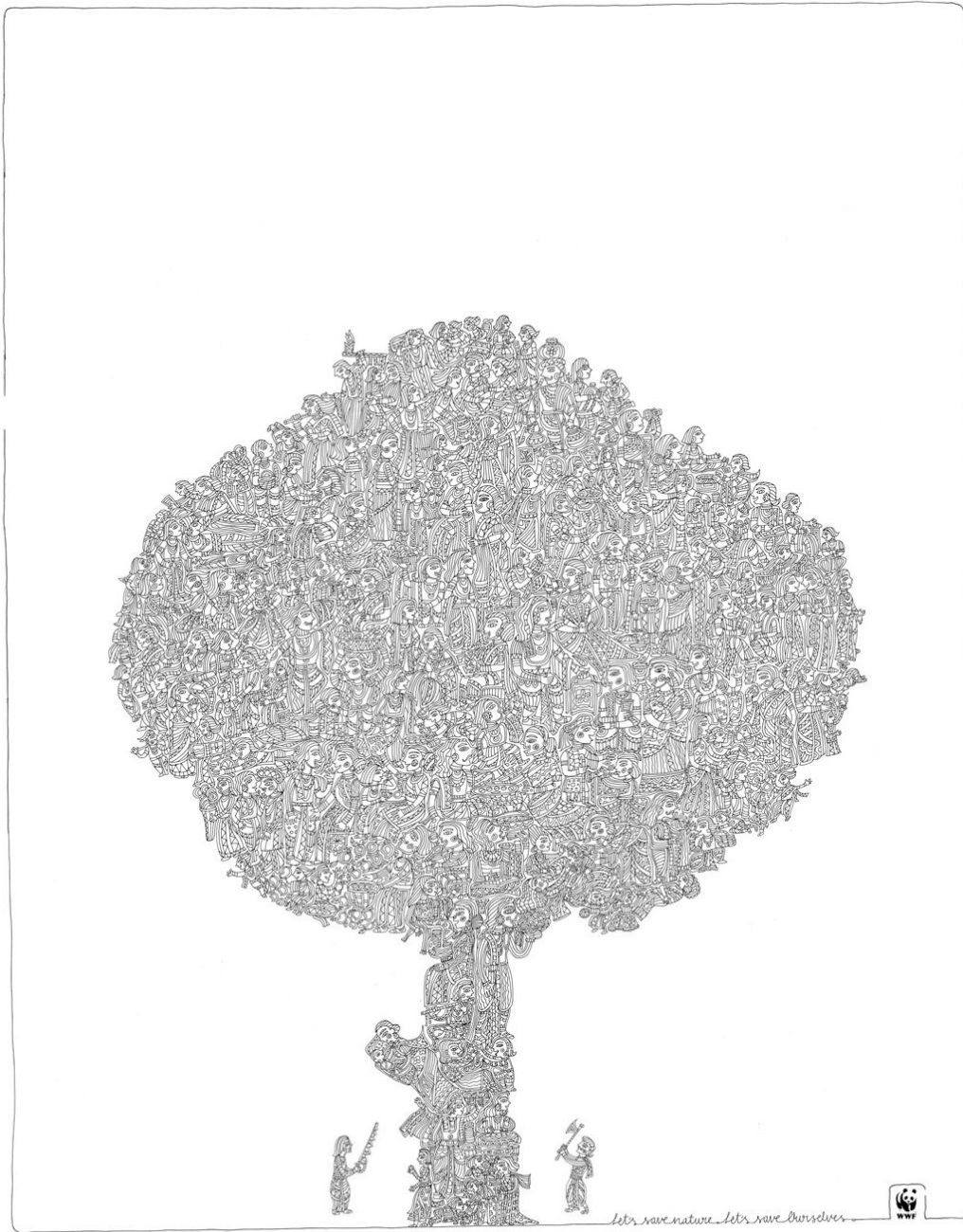
IN THE ENVIRONMENT,
THIS COMPANY WILL SURVIVE
FOR ANOTHER 500 YEARS.



Some materials take up to one million years
to decompose. Conserve our planet. Join us.

wwf.org







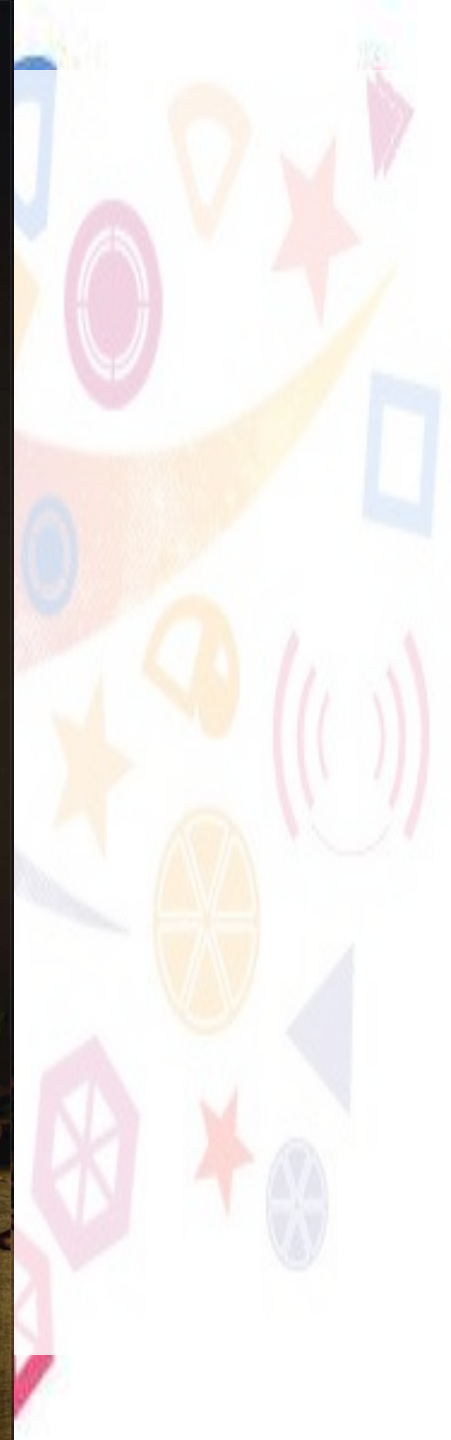
28/03/2009, 20:30
www.earthhour.org/ukraine





for a living planet®

*Consuming the Earth
is consuming our future.*



Germaine,
Antwerp, Belgium



IGNITE YOUR
CREATIVITY

**зачем
страх?**



IGNITE YOUR
CREATIVITY

домашнее задание

что такое

рекламное агентство?



IGNITE YOUR
CREATIVITY

Ольга Мухортова

<http://olga-mukhortova.livejournal.com/>

http://community.livejournal.com/ads_rgggu/

<http://mindcapital.ru>