Реклама в коммуникационном процессе

Паршукова Галина Борисовна

# Роль рекламы в обществе

# Основные темы лекции:

1. Подходы к пониманию рекламы
2. Реклама, обязательный атрибут рыночной экономики
3. Общественно - социальная роль рекламы
4. Роль рекламы в организации сбыта
5. Модели маркетинга
6. Реклама как средство передачи информации
7. Образовательный аспект рекламы
8. Литература

**Адрес электронного учебно-методического комплекса:**
**http://edu.nstu.ru/education/educourses.php**

# Подходы к пониманию рекламы. Западный

- Коммуникационный:
  - Р.Голдман, Е.Дайер, Х.Девис.
- Маркетинговый:
  - Бернет, Р.Д.Блэкуэлл, А.Дейян, Г.Картер, Ф. Котлер, Г.Левит, П.У.Миниард, С.Мориарти, У. Уэллс, Д.Ф.Эджел

# Подходы к пониманию рекламы. Отечественный

- Реклама как экономическая категория:
  - М.Ю. Рогожин, И. В. Васильева, Т. Н. Васильева, В. И. Мухопад
- Психологический (и социально- психологический) феномен:
  - А.К. Боковиков, И.Л. Викентьев, Л.Ю. Гермогенова, И.В. Крылов, А.Н. Лебедев, В.Л. Музыкант, В.Л. Полукаров, В. Денисов, И. Кардаши, Р. Сорокина
- Социальные аспекты рекламы:
  - В.И. Ильин, П. Красновский, О.О. Савельева, Л.Н. Федотова, О.А. Феофанов, Д.К. Шиганова

# Модель 7С

1. Communication (коммуникации)
2. Customer Care (забота о покупателе)
3. Connectivity (взаимодействие)
4. Community (сообщество)
5. Convenience (удобство)
6. Content (содержание)
7. Customisation (персонализация).

# Модели маркетинга

- Четыре "P", соответствующих первой английской букве названия категории: продукция (product), цена (price), место (place), стимулирование (продвижение) сбыта (promotion). +
- 5P - + Packaging (упаковка)
- 6P - + People (люди)
- 7P - + Profit (прибыль)
- или
- Physical Evidence (обстановка),
- Positioning (позиционирование),
- Process (процессы)
- Partitioning (сегментирование)

# Модель 4E

так называемая гуманистическая модель маркетинга:

- Ethics (этика),
- Esthetics (эстетика),
- Emotions (эмоции),
- Eternities (преданность)

# Реклама, обязательный атрибут рыночной экономики

- она сопутствует конкурентной борьбе компаний за "место под солнцем".
- И первая, важнейшая роль рекламы в нашей жизни - это донесение информации до потребителей. Что такое реклама по сути своей, как не информационное сообщение?
- Рассказывая людям о достоинствах того или иного товара, реклама помогает нам в какой - то степени лучше ориентироваться в водовороте товаров и услуг, помогает нам подобрать именно то, что нам нужно.
- И не смотря на то, что на первых порах становления рынка в нашей стране реклама во многих своих проявлениях несла не совсем правдивую информацию, а зачастую была и просто откровенной фальсификацией, сейчас она все больше и больше выполняет свою информационную роль.

http://2buy.ua/rus/specialprojects.php?start=61

# Реклама как стимул приобретения товаров

- Создавая перед потребителями привлекательную картинку доступных им товаров, реклама направляет их на приобретение.
- Например, с помощью рекламы для каждой марки и модели автомобилей на рынке может быть создан собственный имидж.
- И покупатель чисто инстинктивно будет стремиться купить именно тот автомобиль, который считается престижным, который больше "раскручен".
- А чем определяется престиж? Зачастую, это всего лишь количество денег, вложенных в рекламу данной марки, без которой про эту модель никто бы и не узнал, будь она трижды распрекрасной.

# Общественно - социальная роль рекламы

- Большинство так называемых "независимых СМИ" живут лишь за счет рекламы, то есть за счет продажи своих площадей (эфирного времени и т.д.) сторонним организациям - рекламодателям. Это дает нам возможность для реализации некоторых норм конституции, таких как свобода слова.
- Кроме того, различные рекламные организации также способствуют расширению и росту важных общественных кампаний за счет бесплатного размещения такой рекламы. "Красный крест", местные социальные проекты, некоммерческие организации постоянно получают добровольную помощь и финансовую поддержку благодаря действенности рекламы.
- И наконец, реклама имела как позитивное, так и негативное воздействие на общество, в результате чего произошли важные социальные и правовые перемены. Но, как видно, сама реклама оказалась под значительным влиянием тех самых законов, в подготовке и принятии она сыграла не последнюю роль.

# Пропаганда социальных проектов

http://web-ask.narod.ru/

# Реклама как инструмент системы организации массового сбыта

- является одной из основных движущих сил, которые способствовали повышению жизненного уровня как в нашей стране, так и во всем мире. Популяризируя материальные, социальные и культурные возможности свободного предпринимательства, потребительского общества, реклама стимулирует рост производительности труда как среди руководящих, так и среди рядовых работников.
- Создавая перед потребителями привлекательную картинку доступных им товаров, реклама направляет их на приобретение. Например, с помощью рекламы для каждой марки и модели автомобилей на рынке был создан собственный имидж.

http://seie.ru/uploads/posts/1258036385_6641c20b4129004fb858645692e5f45e_050.jpg
Seie.ru

# Роль рекламы в организации сбыта

- В целях получения прибыли (или решения других задач) предприятия производят и продают продукцию и услуги, конкурирующие на рынке.
- Для наращивания продаж или прибылей компании выделяют группы потенциальных покупателей, называемые целевыми рынками, и затем вырабатывают маркетинговую стратегию, призванную обеспечить привлекательность своей продукции для таких групп.
- Маркетинговая стратегия определяется тем особым порядком, в котором компании комбинируют и применяют различные варианты маркетинговых средств.

http://www.boomerang.dznak.ru/index.files/magazin.htm

http://www.free-lance.ru/users/nexoroshaya/viewproj.php?prjid=1245222

ge=62

http://top.itk.sumy.ua/938-zvjozdy-v-reklame.html

# *Итак. Реклама стимулирует сбыт*

- Реклама стимулирует сбыт через:
  - индивидуальную реализацию,
  - стимулирование продаж,
  - связи с общественностью (информационно-пропагандистская деятельность)
- каждый способ может применяться либо для сбыта, либо для привлечения клиентуры на продукцию, услуги или идеи компании.

# Роль рекламы в снижении сбытовых затрат

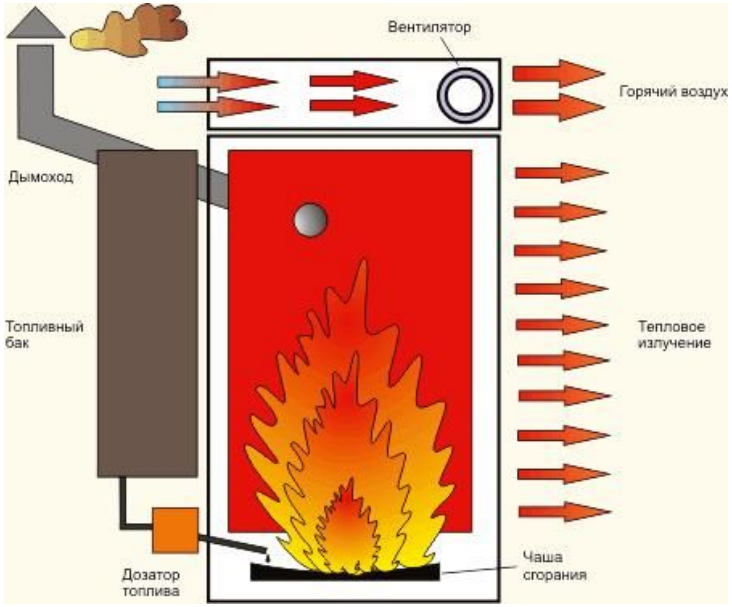
- С целью снижения издержек сбыта для рекламы применяются средства, обеспечивающие передачу объявлений на широкий круг людей, известный как целевая аудитория.
- При рекламе стоимость выхода на тысячу человек целевой аудитории обычно значительно ниже, чем выход на одного потенциального клиента с использованием метода индивидуальной реализации.

# Реклама как средство передачи информации

- При любых формах рекламы группе людей передается какое-либо сообщение.
- В качестве процесса передачи информации реклама берет свое начало в древних цивилизациях.
- В то время убеждающая сторона рекламы отсутствовала - она представляла собой передачу информации в чистом виде.

# Передача информации - важная функцией рекламы

- В плане затрат времени, которое требуется на сбор информации по выбору товаров, информационное значение для большинства потребителей остается значительным.
- По этой причине определенная часть рекламы отдается преимущественно для передачи принципиальной информации.
- Примерами могут служить рекламные объявления в телефонных справочниках, газетные объявления и уведомления юридического характера, публикуемые различными организациями и правительственными органами.



http://zlatoglav2002.narod.ru/

# Образовательный аспект рекламы

- Люди учатся на рекламе. Они узнают о предлагаемых им товарах и открывают способы совершенствования своей жизни.
- Реклама, в своем образовательном аспекте, ускоряет адаптацию нового и не опробованного, тем самым продвигая ускоренными темпами технический прогресс в промышленности и воплощение в реальность лучшей жизни для всех.
- Но чтобы быть успешной, реклама должна носить не только образовательный характер, она также должна побуждать к действию, будь то покупка другого вида крупы или регулярное посещение церкви.
- Подобное убеждающее воздействие обычно имеет мало общего с беспристрастным характером образования.

www.CarsWallpaper.ru

http://www.autotechnic.su/news/news.html?id_model=136

http://adv.com.ua/forum/read.php?8,209

# Влияние рекламы на торговлю и экономику

- информируя людей о товарах, услугах и идеях, реклама стимулирует рост продаж, а следовательно, торговли.
- В качестве путеводителя покупателя она обеспечивает потребителя сведениями о новых товарах или ценах, а промышленных потребителей - важной информацией о новом оборудовании и технологиях.
- За счет одновременного информирования большого числа людей о предлагаемых товарах и услугах реклама в значительной степени снижает издержки сбыта и облегчает задачу индивидуальной реализации.
- Как результат - снижаются расходы и растут прибыли, которые могут быть инвестированы в дополнительное капитальное оборудование и рабочие места.

# Вывод

- Реклама является частью целого набора способов стимулирования сбыта наряду с индивидуальной реализацией, стимулированием продаж, и связями с общественностью (информационно-пропагандистская деятельность), каждый из которых может применяться либо для сбыта, либо для привлечения клиентуры на продукцию, услуги или идеи компании.
- С целью снижения издержек сбыта для рекламы применяются средства, обеспечивающие передачу объявлений на широкий круг людей, известный как целевая аудитория. При рекламе стоимость выхода на тысячу человек целевой аудитории обычно значительно ниже, чем выход на одного потенциального клиента с использованием метода индивидуальной реализации.
- С точки зрения маркетинговой функции общим предназначением рекламы является снижение сбытовых затрат.

# Литература


1. Николайшвили, Г. Г. Социальная реклама : теория и практика : [учебное пособие для вузов по специальностям "Связи с общественностью" и "Реклама" ] / Гюзелла Николайшвили М. : Аспект Пресс , 2008 182 с.
2. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник для вузов по специальности "Реклама" / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин ; Изд.-торг. корпорация "Дашков и К°" М. : Дашков и К° , 2008 530 с.
3. Пономарева, А. М. Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности : учебно-методическое пособие / А. М. Пономарева М. : Финансы и статистика : ИНФРА-М , 2008 189 с.
4. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, С. Мориарти, Дж. Бернетт . 7-е изд. – М., 2007. - 736 с.
5. Ромат, Е. В. Реклама : [учебное пособие] / Е. В. Ромат СПб. [и др.] : Питер , 2008 207 с.
6. Современная реклама. Часть1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.good-reklama.ru/bove/index.htm
7. Шарков, Ф. И. Реклама в коммуникационном процессе : учебник / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий М. : Дашков и К , 2009 346с.