

***Тема: «Средства  
распространения  
рекламы»***



# Классификация средств рекламы

## *1. По виду воздействия на адресата:*

- Визуальная – воздействующая на зрение – 50% запоминания
- Акустическая – воздействие на слух – 25%
- На обоняние – парфюмерия...
- Осязание

## *2. По отношению рекламоносителя к рекламному объекту:*

- Демонстрационные
- Изобразительно-словесные
- Информировующие

## *3. По характеру воздействия на адресата:*

- Рекламные средства, воздействующие на целевую аудиторию.
- Средства, воздействующие на всю воспринимающую аудиторию (косвенная реклама)

#### ***4. В зависимости от задач, решаемых в процессе рекламной акции:***

- Напоминающая реклама
- Разъяснительная
- Убеждающая реклама

#### ***5. По уровню связи с потребителем:***

- Реклама без обратной связи
- Реклама с обратной связью

#### ***6. По характеру финансирования:***

- Бесплатные рекламные сообщения (с точки зрения рекламодателя и рекламополучателя)
- Платные (с точки зрения рекламодателя и рекламополучателя)

# Оценка эффективности использования средств рекламы

## 1. Коэффициент доступности

$$K_d = N_i / N$$

$N_i$  – количество единиц  $i$ -го вида рекламы доступных для использования рекламодателем в текущий момент;

$N$  – общее количество видов рекламы, применяемых на рекламном рынке.

## 2. Коэффициент применимости

- Коэффициент применимости по времени

$$K_{пр} = \sum t_i / T$$

$t_i$  – время использования  $i$ -го вида рекламы в рекламной деятельности;

$T$  – общее рекламное время по всем видам за определенный промежуток времени.

- Коэффициент применимости по затратам

$$K_{пр} = \sum Z_i / Z$$

$Z_i$  – затраты на  $i$ -й вид рекламного средства;

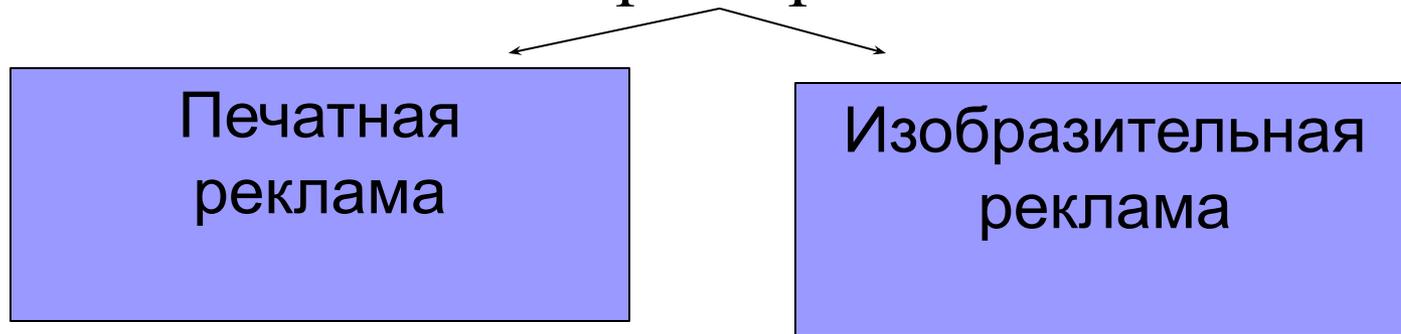
$Z$  – это суммарные затраты на все возможные рекламные средства.

- Коэффициент применимости обобщенный

$$K_{пр} = K_{пр\ вр} / K_{пр\ затр}$$

# Реклама в прессе

**Реклама в прессе** – это реклама, публикуемая в периодической печати или прессовых изданиях носящих массовый характер.



Виды рекламы в прессе (печатной):

1. Газетная
2. Журнальная

# 1. Печатная реклама

**Печатная реклама** - это способ воплощения рекламы через печатные технологии на бумаге, металле, ткани, стекле и других средствах. Она является своего рода рекламной витриной, по которой потенциальные покупатели судят о фирме и предлагаемых ею товарах.

Печатную рекламу по воплощению в средствах рекламы разделяют на изобразительную и информационную.

# I. Газетная реклама

## Классификация газетной рекламы:

### 1. По географическому охвату

- Транснациональные
- Общероссийские
- Региональные
- Местные

### 2. По тематике

- Литературно-художественные
- Общественно-политические
  - Рекламные
- Специализированные
- Развлекательные

### 3. По частоте выхода

- Ежедневные
- Еженедельные (воскресные)
- Ежемесячные.

