

The background is a complex abstract composition of geometric shapes. It features a large white semi-circle at the top left, a yellow square at the top right, a black triangle at the top right, a red triangle at the top right, a blue square at the bottom right containing a yellow circle, and various other rectangular and triangular blocks in red, yellow, black, and blue. The text 'ЗАНЯТИЕ 4' is centered in a white rectangular area.

ЗАНЯТИЕ 4



РЕКЛАМА НА ТЕЛЕВИДЕНИИ

В структуре рекламного рынка России телевидение занимает первое место по объему затрат, и до **2010** г. сохранялась тенденция его постоянного роста. Сегодня экономическая ситуация и развитие других каналов рекламы постепенно ослабляет позиции ТВ

ВИДЫ РОЛИКОВ:

По техническому исполнению — игровые (большинство роликов), натурные (ролик об Олимпиаде 2014 г. в Сочи), анимационные (ролики о противогриппозных препаратах, некоторых видах молочных продуктов и др.), графические.

По типу сюжета: описательные (рекламно-информационные), сентиментальные, парадоксальные, шоковые.

По продолжительности трансляции: блиц-ролики (5-10 с), развернутые (30-60 с), рекламно-информационные (до нескольких минут).

Преимущества	Недостатки
Одновременное визуальное и звуковое воздействие	Высокая стоимость изготовления телевизионного рекламного ролика
Обеспечение высокой степени вовлеченности телезрителя в происходящее на экране	Возможность одновременного просмотра рекламы зрителем только на одном канале
Разнообразные тематические программы делают возможным выбор целевой аудитории	Короткое время передачи рекламного сообщения по сравнению с другими КРР
Сильное психологическое воздействие (из-за личностного характера обращения к телезрителю) делает рекламное обращение близким по эффективности к личным продажам	Устойчиво негативное отношение со стороны зрителей к прерыванию программ на рекламные паузы
Относительно низкие удельные затраты на один рекламный контакт из-за охвата огромной аудитории	По стоимости размещения рекламы телевидение относится к наиболее дорогим каналам распространения
Контроль за временем общения потребителя с рекламным обращением	
Возможность заказывать товар, не отходя от экранов (некоторые кабельные ТВ- каналы используются в основном непосредственно для сбыта товаров)	

Актуальный прайс рекламы на ТВ в Воронеже

<https://gorreklama.vrn.ru/%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0-%D0%BD%D0%B0-%D1%82%D0%B2-%D0%B2-%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D0%B6%D0%B5/>

The background is a complex abstract composition of geometric shapes. It features a large white semi-circle at the top left, a large yellow square at the top right, a large black semi-circle at the bottom left, and a large blue square at the bottom right. A diagonal line separates a red and white triangle on the right side. A yellow circle is positioned in the bottom right area. The word "РАДИО" is centered in the middle of the composition.

РАДИО

Традиционно существует четыре наиболее популярных типа аудиорекламы на радио:

прямая – обращение диктора радио к слушателю, несущее в себе информацию о плюсах и минусах определенной продукции;

диалог – беседа, в которой принимают участие два человека или несколько (ведут речь о марке определенного товара или услуги);

драматизация – это сценка, в которой будут принимать участие несколько человек, рассказывающих историю о жизни, связанную с каким-либо товаром;

музыкальная – это один из самых эффективных способов распространения информации, в которой применяется музыка, делающая ее приятной на слух и очень запоминающейся.

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ:

Охват аудитории слушателей. Число слушателей высчитывается в %-ом соотношении, по сравнению со всем населением планеты.

Среднесуточное количество слушателей. Это численность людей, слушавших определенную станцию не меньше 5 минут в сутки.

Недельная аудитория. Это значение указывает на число людей, слушавших станцию радиовещания хотя бы 5 минут за неделю.

Доля слушателей. Данная характеристика определяется для некоторого интервала времени, как отношение численности почитателей радио, слушающих какую-либо радиостанцию к населению, вообще слушающему радио. Максимальный показатель равняется 100%;

Индекс соответствия. Он характеризует социально-демографический состав слушателей. Рассчитывается индекс, как отношение рейтинга конкретной радиостанции в целевой группе к рейтингу среди всего населения (чем больше этот показатель, тем больше будет направлена информация на конкретную аудиторию аудиослушателей).

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ:

Рейтинг. Высчитывается для интервала времени в размере 15 минут. Подсчитывается число людей, слушавших радиостанцию не менее 5 минут за это время.

Grp и T. Обе этих характеристики будут говорить о сумме рейтингов интервалов времени, входящих в медиаплан. Первый будет рассчитываться на все население, второй на определенную целевую аудиторию.

Trp. Эта характеристика обозначает стоимость пункта рейтинга. Его расчет делается следующим образом: затраченная денежная сумма делится на число рейтингов.

Сpp. Этот показатель определяется, как отношение денежной суммы, затраченной на радиорекламу к рейтингу той или иной радиостанции.

Внимание и запоминаемость.

Преимущества

Большой охват – по степени эффективности она занимает второе место после телевизионной рекламы, но вместе с тем имеет практически аналогичный охват.

Способность сегментации аудиослушателей. Реклама размещается в период вещания программы и при этом имеет воздействие на определенную целевую аудиторию.

Мобильность. Радио можно слушать и при этом заниматься посторонними делами.

Оперативность. Радиоролики создаются в короткие временные промежутки и очень быстро размещаются на определенной радиостанции.

Экономичность. Размещение рекламы на радио будет намного экономичнее, чем ее распространение на телевидении.

Длительный результат воздействия. Информация, полученная человеком только при помощи органов слуха, задерживается в его памяти на длительное время.

Большая лояльность к радиорекламе.

Приятное ненавязчивое медиа.

Недостатки:

Мимолетность. Поскольку радио способно издавать только звуки, то оно очень часто выдаваемая им информация оказывается пропущенной или даже забытой.

Отсутствие визуальных образов.

Перегруженность вещания радиорекламы. Поскольку в современном мире различные организации создающие определенные продукты и услуги стараются их лучшим образом разрекламировать на радио, то большая часть станций оказывается перегруженной, что снижает уровень восприятия рекламы слушателем.

Предлагаемую рекламодателем рекламу многие слушатели могут переключать, что не позволит им услышать информацию об определенных товарах и услугах.

Факторы эффективности

Краткость. Аудиоролик должен длиться примерно 60 секунд. Сообщение занимающее меньшее количество времени может не суметь вместить необходимую информацию, тогда как длинную радиорекламу большое количество людей не сможет досмотреть до самого конца.

Оригинальность и запоминаемость.

В любом ролике рекламного характера название продукта должно звучать не менее 5 раз. В ином случае, его вряд ли смогут запомнить.

Понятность.

Следует избегать сложных терминов, которые не будут нести в себе большого смысла для слушателей.

Повторяемость транслирования.

Для того, чтобы ролик смог запомниться зрителю, его необходимо повторять более 10 раз в день.

Рейтинг радиостанций Воронежа

<https://gorreklama.vrn.ru/%d1%80%d0%b5%d0%ba%d0%bb%d0%b0%d0%bc%d0%b0-%d0%bd%d0%b0-%d1%80%d0%b0%d0%b4%d0%b8%d0%be-%d0%b2-%d0%b2%d0%be%d1%80%d0%be%d0%bd%d0%b5%d0%b6%d0%b5/>

ЗАДАНИЕ 1


ПОДОБРАТЬ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТЕЛЕКАНАЛ И
РАДИОСТАНЦИЮ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ:

1. ЦВЕТОЧНЫХ УДОБРЕНИЙ
2. КОНЦЕРТА ХАБИБА
3. ПРЕМЬЕРЫ В ТЕАТРЕ ДРАМЫ

АРГУМЕНТИРУЙТЕ СВОЙ ВЫБОР

ИНТЕРНЕТ





Интернет-реклама — реклама,
размещаемая в сети Интернет;
представление товаров, услуг или
предприятия в сети Интернет,
адресованное массовому клиенту
и имеющее характер убеждения.

ДОСТОИНСТВА:

интерактивность;

наличие постоянно растущей аудитории;

возможность выделения целевой группы потребителей (таргетинг);

возможность проведения точных медиа-измерений (мощная аналитика).

МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА

О нас Доставка от А до Я Статьи и новости Личка Контакты Вход Регистрация

Корзина 0 руб.

ПИТАНИЕ И КОРМЛЕНИЕ ПОДГУЗНИКИ И ПЕЛЕНКИ КОЛЯСКИ И АВТОКРЕСЛА ИГРУШКИ СПОРТ И ОТДЫХ ЮНИКИ И ТВОРЧЕСТВО ДЕТСКАЯ КОМНАТА ОДЕЖДА

NOBINKA
Inseense
GOLD
ДЕТСКАЯ КОСМЕТИКА
УНИКАЛЬНАЯ
формула косметики
на основе натуральных
кислоты-фрукты
с маслом авокадо и ванили
[Выбрать](#)

Inseense Всего 111 руб. за все пеленки!
Скидка на всю продукцию бренда!
-20%
[Купить](#)

Товар Дня
Надувной манеж-батут Intex Замок 48257
2356 р.
ХИТ
Коляска трость Baby Care Premier

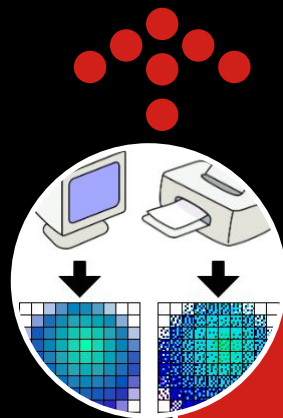
Сладко спать с **Inseense**
[Подробнее](#)

kabrita
Имбирное [Сравнить товары](#) [Просмотренные товары](#)

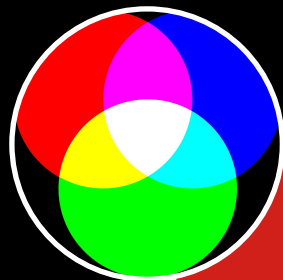
НЭННИ Естественная природная защита **pigeon** **Pure** Развивающие игрушки для малышей
Новое поступление

[0 руб.](#)

ТРЕБОВАНИЯ К ИЗОБРАЖЕНИЮ



72 DPI



РЕЖИМ RGB

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

Тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, выбранной аудиторией, местом, временем или *иным контекстом* интернет-страниц.

Контекстная реклама действует избирательно и отображается посетителям интернет-страницы, сфера интересов которых потенциально совпадает/пересекается с тематикой рекламируемого товара либо услуги, целевой аудитории, что повышает вероятность их отклика на рекламу.

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ

Поисковая реклама. Реклама в результатах поиска Яндекса или Google.

Кампании в Рекламной сети Яндекса или контекстно-медийной сети Google Ads. Реклама на сайтах, в приложениях и на других ресурсах партнеров рекламных систем.

Смарт-баннеры в Яндекс.Директе. Это объявления с динамическим контентом, который формируется с учетом интересов пользователя на основе фида (файла, который содержит информацию о товарном ассортименте).

Торговые кампании Google. Формат подходит для e-commerce и позволяет рекламировать товары в виде привлекательных карточек с изображением и ценой.



Реклама мобильных приложений в Яндекс.Директе и **универсальные кампании для мобильных приложений** в Google Ads.

Баннер на поиске Яндекса. Показывается справа от результатов поиска в Яндексе, но не в виде стандартных текстовых объявлений, а в виде красивого изображения.

Видеореклама. Интерактивная реклама в формате видео. Если запускаете рекламу в Google Ads, в качестве площадки можете выбрать YouTube.

📍 Снять квартиру в Петербурге – Множество вариантов

Продажа квартир От собственников Посмотреть на карте Рядом с метро


[realty.yandex.ru](#) > [Аренда-Квартиры-СПБ](#)   реклама

Удобный подбор. Фильтр по цене и др. параметрам.

Проверенное жилье · Поиск по карте · Фильтрация по ценам

📍 Квартира у метро в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург

Надежное бронирование На сегодня На завтра Бронируйте сейчас

[booking.com](#) > [Квартира-у-метро-в-С...](#)   реклама

Выгодные цены без комиссий! Бронируйте отели онлайн на Booking.com

📍 Снять квартиру в СПб – ЦИАН - жилье без риска

Мобильное приложение Поиск по карте 1 комнатные 2 комнатные

[spb.cian.ru](#) > [снять-квартиру](#)   реклама

Аренда в Санкт-Петербурге. Поиск по карте, свежие предложения!

Свежие объявления · Проверенные предложения · Недвижимость на карте ·

Актуальные цены и скидки

Нашлось 4 млн результатов

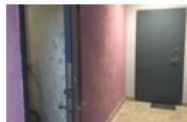
50 тыс. показов в месяц

[Дать объявление](#) [Показать все](#)

📍 Снять квартиру — свежие объявления в Санкт-Петербурге

[Яндекс.Недвижимость](#) > [Снять квартиру](#) 

Поиск объявлений по продаже и **аренде квартир**, домов, комнат, участков. Поиск по районам и метро. Поиск по карте. Размещение бесплатных объявлений.



1 к. кв., 35,27 м²
19 000 Р в месяц



2 к. кв., 60 м²
40 000 Р в месяц



1 к. кв., 33 м²
17 000 Р в месяц



2 к. кв., 58.5 м²
30 000 Р в месяц



Результатов: примерно 9 610 000 (0,62 сек.)

Купить телефон Samsung Galaxy | на сайте Ситилинк

www.citilink.ru/ 8 (495) 780-20-02

Невероятный выбор смартфонов. Бюджетные и флагманские модели. Быстрая доставка! Звоните круглосуточно. Цены ниже среднерыночных. Более 500 самовывозов.

Переходники

Адаптеры, кабели, беспроводные видеоадаптеры и т.д.

Наушники

Вставные, накладные, полноразмерные и мониторные наушники

Смартфоны Samsung купить в интернет-магазине OZON.ru

www.ozon.ru/

Закажи сейчас, доставим завтра в С.Петербург. Новые скидки и акции каждый день!

Мобильные телефоны Samsung — купить на Яндекс.Маркете

market.yandex.ru/

Находите низкие цены на товары. Экономьте с Яндекс.Маркет. Сравнивайте цены в...

Купить Samsung Galaxy | в интернет-магазине Билайн

spb.beeline.ru/Купить-Samsung 8 (800) 725-57-25

В наличии по выгодной цене. Бесплатная доставка и самовывоз. Оплата при получении.

Результаты по запросу "к..."

Реклама



Смартфон Samsung...

15 990 ₺

Эльдорадо

★★★★★ (8k+)



Смартфон Samsung...

7 900 ₺

Wite



Samsung Galaxy A10...

8 470 ₺

Gigant Store



Смартфон SAMSUNG...

15 990 ₺

Citilink



Смартфон Samsung...

9 990 ₺

OZON.ru

★★★★★ (2k+)



Смартфон Samsung...

5 080 ₺

Lite-Mobile.Ru



взять кредит наличными



ВСЕ НОВОСТИ ВИДЕО КАРТИНКИ КА

Кредит в банке Тинькофф | Получи Деньги уже Завтра | tinkoff.ru
Реклама www.tinkoff.ru/Получите_карту/Онла...

Доставим карту за 0 руб. Ставка от 15%.
Решение за 2 мин. Оформите онлайн!

Процент.	Выпуск карты.
0,00 ₺	0,00 ₺
Без процентов 55 дн...	Выпуск за 1 день.

Позвонить 8 (800) 555-79-99

Кредит наличными от 11,99% | в Альфа-Банке. Онлайн-заявка | alfabank.ru
Реклама anketa.alfabank.ru/кредит/наличными

Ставка от 11,99%. Не зависит от наличия страховки. До 3 миллионов рублей.

Вирусная

Вирусные рекламные кампании перекочевали в Интернет из традиционного маркетинга.

Основной принцип вирусной рекламы - свободное распространение информации "от пользователя к пользователю". Чаще всего в качестве рекламного носителя в этом случае выступают видеоролики, либо графический контент - яркие изображения, комиксы, демотиваторы, не заостряющие внимание на рекламном содержании и воспринимающиеся аудиторией позитивно.

<https://takiedela.ru/vseslozhno/#/>

SEO

SEO-продвижение нельзя отнести к разряду интернет-рекламы, но цели и задачи у этих двух направлений деятельности в общем сходятся. Фактически, за счёт SEO решаются проблемы привлечения посетителей, повышения привлекательности, популярности веб-проекта у аудитории. И, в целом, это вполне совпадает с тем, чего в итоге желает достичь большинство рекламодателей.

УНИКАЛЬНЫЙ ТЕКСТ

ПРАВИЛО 1

Сайты проверки:

[Адвего](https://text.ru/)

<https://text.ru/>

<https://content-watch.ru/>

Отчёт

SEO анализ

Орфография

Мы предлагаем полный спектр ручных и автоматизированных тахеометров для всех типов инженерных, геодезических и строительных задач. В каталоге представлены сертифицированные в России тахеометры от признанных во всем мире производителей: Leica, Sokkia, Nikon, Trimble и цифровые Topcon. Все тахеометры поставляются со свидетельством о первичной поверки. Купить электронный тахеометр, необходимые необходимые аксессуары, и программное обеспечение с доставкой по России. Тахеометр - высокотехнологичный измерительный прибор. Наиболее функциональной разновидностью геодезического оборудования, включающей в себя огромное число технологичных опций, является тахеометр электронный, а от количества этих опций и дополнительных функций зависит цена тахеометра. Такой геодезический инструмент способен не только измерять расстояния и углы, но и обрабатывать данные прямо в процессе полевых работ. Кроме того, с его помощью решаются многие прикладные геодезические задачи

Найдено

домены (24) / страницы (26)

Общий результат		99%	100%
1	www.geooptic.ru	52%	70%
2	statyacrytal.weebly.com	47%	62%
3	properogon.weebly.com	47%	60%
4	www.rusgeocom.ru	46%	60%
5	xn--80aei6afcig4a.xn--p1ai	46%	51%

[Весь список](#)

[История проверок](#)

Редактировать текст

Перепроверить

Удалить

Открыть доступ

ПРАВИЛО 2

Семантическое ядро сайта (СЯ) — это упорядоченный набор слов, их морфологических форм и словосочетаний, которые наиболее точно характеризуют вид деятельности, товары или услуги, предлагаемые сайтом.

Ключевые слова (поисковые запросы) семантического ядра подбираются путём анализа услуг или товаров компании, анализа статистики запросов, статистики сайта, содержимого конкурирующих сайтов и сезонности употребления поисковых запросов. Состав семантического ядра должен максимально соответствовать представлениям целевых посетителей сайта о той информации которая на нём, по их мнению, должна присутствовать.

<http://taskbelt.ru/exchange#tender>