



**Художественно-
изобразительные
средства печатной
рекламы**

Среди носителей печатной рекламы выделяют: листовку, буклет, проспект, прейскурант, афишу, каталог.

Листовки представляют собой бумажный носитель, на котором размещается информация общественного или рекламного характера. Главные характеристики листовок — это лаконичность, небольшой формат и доступность. Листовки считаются эффективным рекламным инструментом для проведения акций, распродаж, мероприятий и для информирования горожан об открытии новых магазинов, салонов, кафе. Данный рекламный носитель подходит также для распространения на презентациях, праздниках, промо-акциях и выставках.



Буклет — вид печатного издания в виде одного листа бумаги формата А4 или А3, сложенный в два или более раз. Следует отличать от листовки, которая складывается один раз. Рекламные буклеты в компактном виде, но более развернуто, нежели в листовке, проинформируют ЦА о компании, продукте, системе скидок или текущих акциях.



Рекламный проспект — это качественно иллюстрированное издание, которое посвящено одному либо нескольким товарам. Его можно представить в виде брошюры либо сфальцованного буклета. Есть и «престижные проспекты», которые посвящены компании, освещают ее историю, различные достижения.



Прейскурант или прайс-лист — справочник цен на товары и услуги на одной или нескольких страницах.

ПРЕЙСКУРАНТ	
МУЖСКАЯ СТРИЖКА	1400-
СТРИЖКА ПОД МАШИНКУ	600-
СТРИЖКА FADE	1000-
МОДЕЛИРОВАНИЕ БОРОДЫ	800-
РЕМОНТ БОРОДЫ	600-
КОРОЛЕВСКОЕ БРИТЬЕ	1500-
КАМУФЛЯЖ СЕДИНЫ	1000-
СТРИЖКА ДЕТСКАЯ	1000-
МЫТЬЕ + УКЛАДКА	500-
СТРИЖКА+РЕМОНТ БОРОДЫ	1700-
СТРИЖКА+МОДЕЛЬ.БОРОДЫ	2000-
ДРУГ + ДРУГ	2300₽
ОТЕЦ + СЫН	2000₽



Афиша — графический рекламоноситель, печатается на плотной бумаге или картоне. В отличие от плаката афиши, обычно, анонсируют грядущие события — приезд знаменитостей, концерты и т.п. Афиши расклеиваются по улицам города.



Каталог — многостраничный систематизированный перечень товаров с указанием цен. В отличие от прейскуранта содержит более подробную информацию о товаре.



Преимущества и недостатки

Преимущества печатной рекламы

1. **Высокие показатели информативности.** Если печатные продукты созданы с учетом потребностей целевой аудитории, они непременно заинтересуют потенциальных клиентов. Для наглядности можно задействовать схемы, таблицы, иллюстрации, чтобы в выгодном свете представить продукт или услугу.
2. **Продолжительное воздействие на аудиторию.** Клиент имеет возможность вновь посмотреть, изучить информацию или даже поделиться ею с другими, чего нельзя сказать о других видах рекламы.
3. **Скорость изготовления.** Технологии стремительно развиваются, а это означает, что заказать печатные изделия большим тиражом может каждый. При этом не нужно неделями ждать свою продукцию. Пройдет всего шесть или семь дней – и вы забираете свой заказ.
4. **Бескомпромиссное качество полиграфии.** Возможности печати в наши дни впечатляют. В итоге клиент получает продукцию с точной цветопередачей, четким и ярким изображением без дефектов.
5. **Широкий охват целевой аудитории.** С помощью элементов полиграфии удастся привлечь разных клиентов, и побудить их к нужному действию.
6. **Доступность.** Ценовой сегмент на изготовление элементов полиграфии может варьироваться, так как стоимость напрямую зависит от используемых расходных материалов, тиража. Но в целом она довольно демократичная и привлекательная для

К недостаткам стоит отнести следующие особенности:

- высокую стоимость изготовления продукции при маленьких тиражах;
- отсутствие звукового воздействия на целевую аудиторию;
- "требовательность" цифровой печати к выбору бумаги, так как на некоторые виды оснований довольно плохо ложится краска.