

РГГУ
Специальность «Реклама»

Основы рекламной деятельности

Преподаватель: Галкина Ирина Алексеевна
к.и.н., доцент

Тема 1. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций

Раздел: Современный рекламный рынок

ПЛАН:

1. Система понятий рекламного рынка.
2. Структура рекламного рынка. Классификация субъектов рекламного рынка.
3. Принципы взаимодействия субъектов рекламного рынка.

Рынок (market)– это совокупность существующих или потенциальных продавцов и покупателей (субъектов) каких-либо предметов потребления (товаров или услуг), вступающих во взаимодействие по поводу купли – продажи (определенных действий).

Субъекты рынка – это заинтересованные лица, которые могут быть объединены в организации, а могут выступать от своего имени, вступающие во взаимодействие друг с другом по поводу продажи и покупки товаров и услуг.

Основными факторами функционирования рынка являются:

- Наличие того, что продавать в широком ассортименте (товары)
- Конкуренция
- Система продвижения товаров потребителю (МК)

Выделим **составляющие рынка:**

- продукт (товар, услуга, производитель) (product),
- продвижение, продажа продукта (продавец) (promotion),
- цена, деньги (правила игры, продавец) (price),
- места продаж (place)

Они же составляющие маркетинга -4 р

Рекламная деятельность – активность заинтересованных лиц (субъектов рынка), связанная с продвижением товаров, услуг, идей рекламодателей посредством носителей рекламы, осуществляемая ими непосредственно или через специализированные рекламные организации.

Рекламная деятельность – активность заинтересованных лиц (субъектов рынка),

- связанная с продвижением товаров, услуг, идей рекламодателей
- посредством носителей рекламы,
- осуществляемая ими непосредственно или через специализированные рекламные организации.

Рекламная деятельность является необходимым условием

рыночной экономики и развитого общества.

Понятие рекламы

- «**Реклама** – это форма коммуникации, которая пытается перевести качества товаров и услуг на язык нужд и запросов потребителя». (Сэндидж и др.)

Реклама это -

- вид маркетинговой коммуникации, направленный на передачу информации о товаре, услуге, идее или начинании, юридическом или физическом лице,
- как правило, на платных условиях,
- с целью формировать и поддерживать к ним интерес и способствовать их продвижению на рынке,
- Имеющий неперсонально ориентированный (неличный) характер,
- Поданный от лица идентифицируемого рекламодателя
- через средства массовой коммуникации (СМИ и другие средства распространения рекламы).

Определение рекламы в Законе РФ «О рекламе»

Реклама - информация,

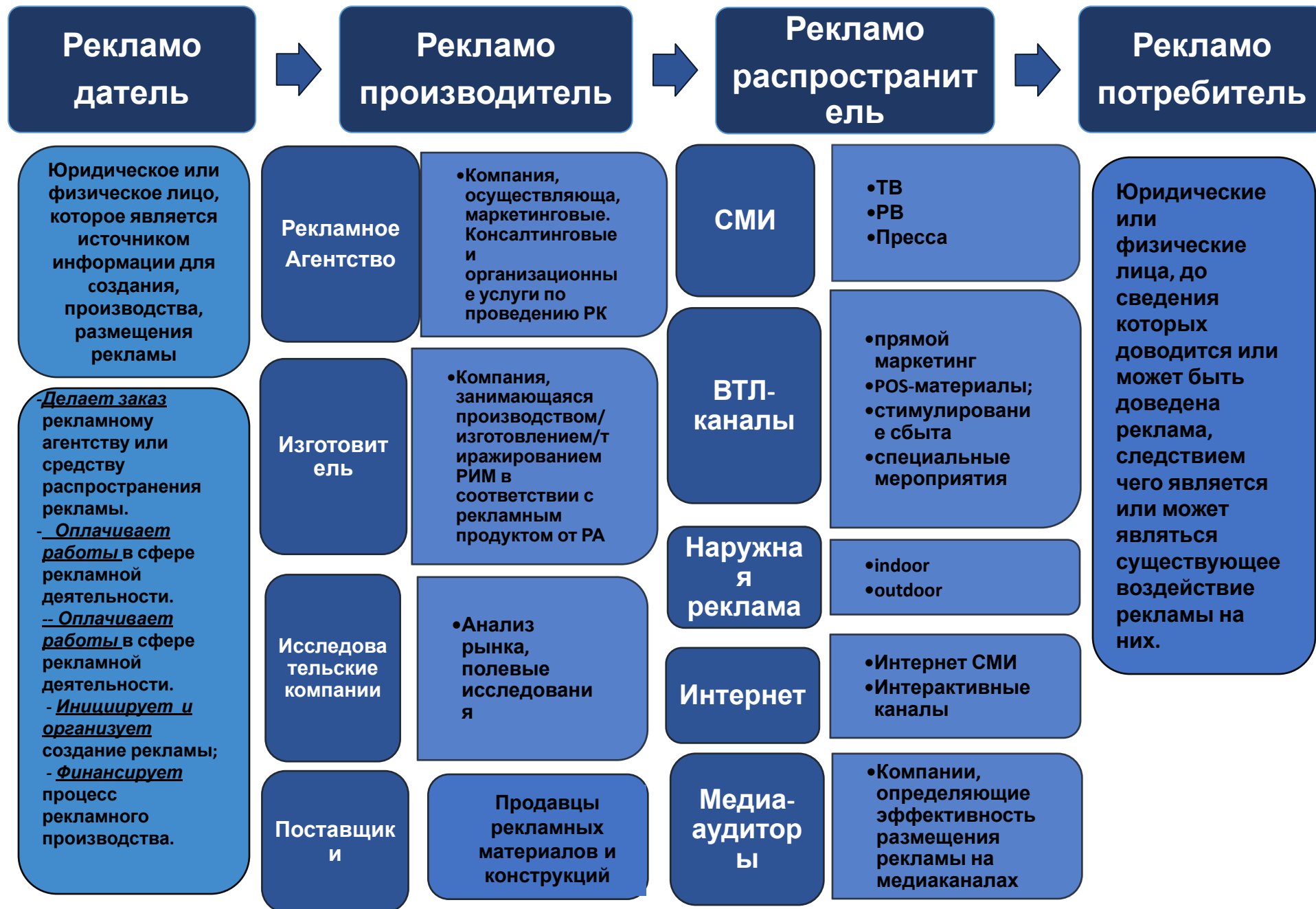
распространенная

- - любым способом,
- - в любой форме
- - с использованием любых средств,
- - адресованная неопределенному кругу лиц,

направленная

- на привлечение внимания к объекту рекламирования,
- формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (статья 3 Закона).

Субъекты рекламного рынка



Классификации рекламы

- В зависимости от отношения к прибыли: **коммерческая и некоммерческая реклама.**
- В зависимости от объекта рекламирования и адресата: **корпоративная, деловая и потребительская реклама.**
- В зависимости от используемых **средств распространения рекламы.**
- В зависимости от **территориальной принадлежности.**
- В зависимости от **характера рекламного воздействия.**
- В зависимости от средств размещения и особенностей оплаты заказчиком: **ATL (above-the-line) vs. BTL (below-the-line).**

Коммерческие виды рекламы: корпоративная

Институциональная реклама (корпоративная) - направлена на улучшение репутации фирмы, прямо не связана с рекламой конкретных продуктов, посвящена привлечению внимания общественности, к обсуждению стабильности, надежности и этической стороне проблемы.

Имиджевая реклама - создание благоприятного образа компании, торговой марки, формирование организационную культуру фирмы (внутрифирменная реклама). На начальном этапе деятельности фирмы имиджевая реклама играет ведущую роль (70% - имиджевая реклама, 30% - товарная), но по мере того как компания приобретает известность, распределение затрат меняется. Три вида имиджевой рекламы:

- корпоративная реклама*
- внутрифирменная реклама*
- реклама торговой марки.*

СБЕРБАНК
Всегда рядом

НОВЫХ ДРУЗЕЙ!

Нам важно,
что вам важно

@ www.sberbank.ru ☎ 8 800 555 55 50
(звонки по России – бесплатно)

Сбербанк России ОАО. Генеральный директор: Сергей Кириенко. Председатель правления: Владимир Максимов. Лицензия № 497 от 03.03.2002.

Примеры

СБЕРБАНК
Всегда рядом

СБЕРБАНК
Всегда рядом

Как получить пенсию, не заходя в банк?

ОФОРМИТЕ КАРТУ СБЕРБАНК-МАЕСТРО «СОЦИАЛЬНАЯ»

Получение денежных средств в любом месте и в любое время

☎ 8 800 555 55 50 | www.sberbank.ru

Сбербанк России ОАО. Генеральный директор: Сергей Кириенко. Председатель правления: Владимир Максимов. Лицензия № 497 от 03.03.2002.

СБЕРБАНК
РОССИИ

Автокредиты

Мы знаем ваши желания

СБЕРБАНК
Всегда рядом

НОВОГО ДОМА!

Нам важно,
что вам важно

@ www.sberbank.ru ☎ 8 800 555 55 50
inside (звонки по России – бесплатно)

Сбербанк России ОАО. Генеральный директор: Сергей Кириенко. Председатель правления: Владимир Максимов. Лицензия № 497 от 03.03.2002.

СБЕРБАНК

Опыт + Инновации

170 лет всегда рядом

☎ (495) 500 81 50 | www.sberbank.ru

Сбербанк России ОАО. Генеральный директор: Сергей Кириенко. Председатель правления: Владимир Максимов. Лицензия № 497 от 03.03.2002.

СБЕРБАНК
Всегда рядом

СБЕРБАНК
Всегда рядом

Ты энергичен, готов учиться и умеешь добиваться поставленных целей?

Консультант по банковским продуктам

Чем вы будете заниматься:

- ✓ Консультирование клиентов по всему спектру банковских услуг и тарифов банка
- ✓ Качественные навыки
- ✓ Вы должны обладать:
- ✓ Средним специальным образованием
- ✓ Мотивом сделать карьеру в Банке

Работа в Сбербанке – это:

- ✓ Оформление шипа согласно ТК РФ
- ✓ Работа в команде профессионалов
- ✓ Профессиональное обучение и рост внутри банка
- ✓ Полная социальная, корпоративная социальная программа

8 800 100 38 59
(звонки в Пермском крае бесплатны)
www.sberbank-saletka.ru

Сбербанк России ОАО. Генеральный директор: Сергей Кириенко. Председатель правления: Владимир Максимов. Лицензия № 497 от 03.03.2002.

СБЕРБАНК
Всегда рядом

Ставки снижены – ЭТО К ОТПУСКУ!

ОТ 15,3%

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ КРЕДИТЫ

НАМ ВАЖНО,
ЧТО ВАМ ВАЖНО

Коммерческие виды рекламы: деловая и потребительская

Деловая реклама направлена на людей, занимающихся закупками товаров, которые в последующем используются организациями.

Виды:

Производственная (Business-to-business) – реклама продуктов и услуг, которые непосредственно используются при производстве других товаров, необходимые для ведения бизнеса, длительного пользования.

Деловая реклама в сфере торговли - это реклама товаров и услуг, нацеленная на посредников с целью стимулирования приобретения товаров оптовыми покупателями и розничной торговлей для дальнейшей перепродажи.

Профессиональная деловая реклама – направлена на специалистов с целью убедить их в необходимости приобретения того или иного товара/услуги для использования в своей работе.

Потребительская реклама отличается от **деловой рекламы** тем, что аудитория, которая потребляет рекламируемую продукцию, приобретает товары и услуги в своё личное пользование или для других конечных потребителей.

От средних оборотов
к уверенному росту

Инструменты роста для Вашего бизнеса

8 (800) 200-77-99
www.vtb.ru

VTБ

450 ТОНН

БЕЛАЗ

ПРИМЕРЫ



МУЖСКОЙ И ЖЕНСКИЙ ДЕЛОВОЙ КОСТЮМ

студия индивидуального
пошива "Наименование"

мужские и женские костюмы
свадебные костюмы
пальто
блузки и сорочки
корпоративный костюм
ткани

г. Хххххххх, ул. Хххххххх, ХХ
тел./факс: (XXX) XXX-XX-XXX
www.xxxxxxxx.ru



ИМУНЕЛЕ
Вкусно нашему
ИММУНИТЕТУ

FOR MEN

Некоммерческие виды рекламы

Политическая реклама - форма политической коммуникации в условиях выбора, адресное воздействие на электоральные группы в лаконичной, оригинальной, легко запоминающейся форме. Предмет политической рекламы – партия, кандидат, их программы, а также политическая акция, движение поддержки или протеста и т.д.

Социальная реклама - вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума. Ст.3 Закона РФ «О рекламе» – «это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства».

Виды:

- *Событийная реклама*
- *Реклама ценностей*
- *Реклама некоммерческих организаций, различных проектов, событий, мероприятий или программ*
- *Информационно-просветительская*
- *Государственная*

Примеры

ВСЁ РАВНО?!



ПОДЕРСЬ ДО УРНЫ!



У МУСОРА ЕСТЬ ДОМ

News Outdoor

Кто спасает одну жизнь, спасет целый мир



Коллекционер: Наталья Пугачева

Администрация города Кисловодск



СЛУЖБА КРОВИ Все желающие могут сдать кровь, ведь быть ДОНОРОМ - просто и благородно!

ВСЕРОССИЙСКАЯ ДОНОРСКАЯ АКЦИЯ

«МУЗАРТЕРИЯ» в Иркутске!


Каждый маленький, детский и пенсионерский организм нуждается в переливании кровозаменителей, может сдать свою кровь.

около
Дворца спорта
«Труд»
09.00 - 13.00
9 сентября

Концерт с участием творческих коллективов г. Иркутска.

Ведь внимание нужно каждый день!

Патронажная служба помощи инвалидам на дому



Помогай вместе с **miloserdie.ru**



БЫВШИХ ДЕТЕЙ НЕ БЫВАЕТ, ЗАПЛАТИТЕ АЛИМЕНТЫ!

УФССП России по Республике Карелия



**МАМ,
ДОМОЙ НЕ ЖДИ.
ДЯДЯ ВОДИТЕЛЬ
«ТОРОПИЛСЯ»**



Госавтоинспекция Алтайского края

