

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,

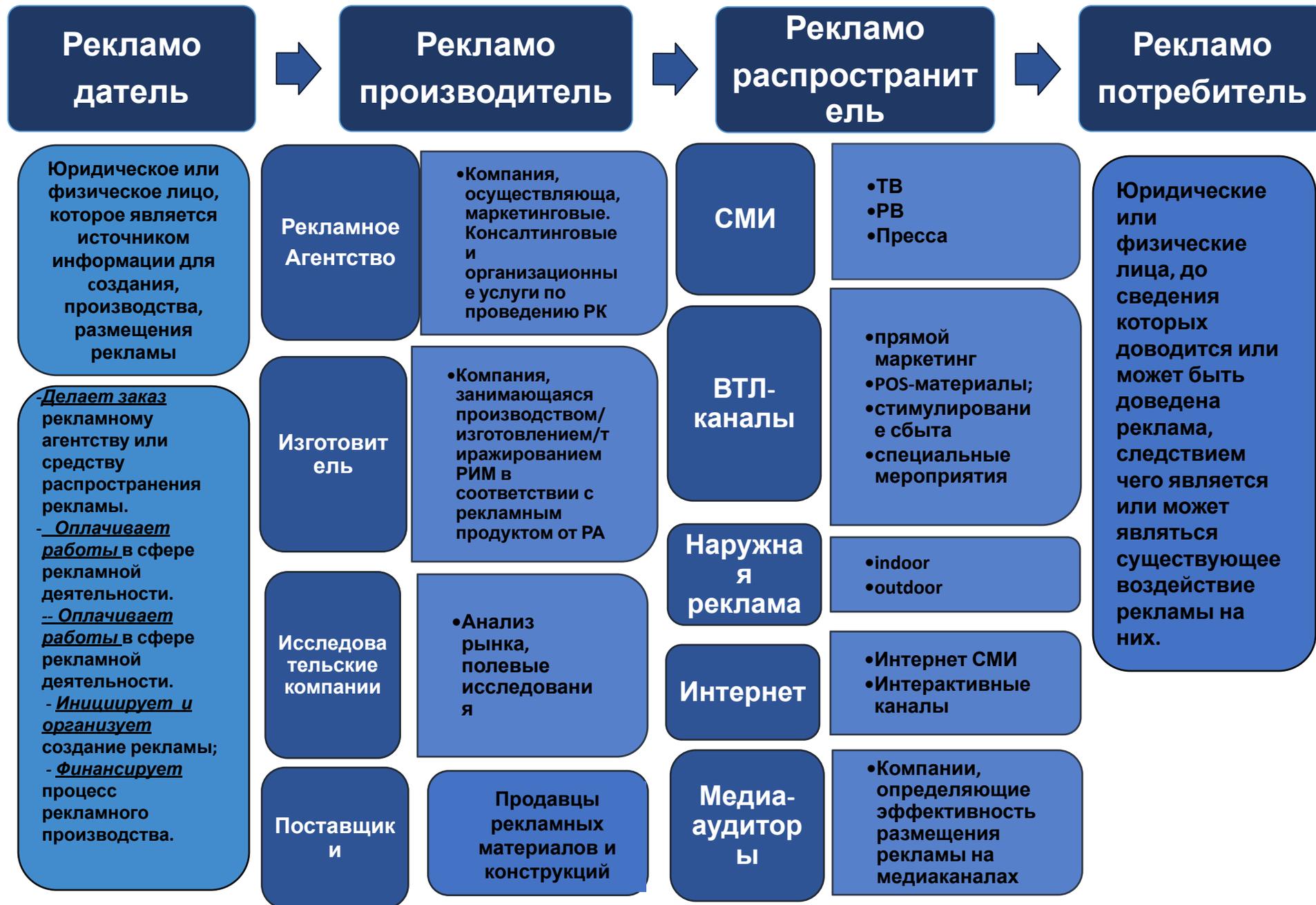
распространенная

- - 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. Свидетельство № 001 от 03.10.2007.

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. Свидетельство № 001 от 03.10.2007.

СБЕРБАНК
Всегда рядом

Автокредиты

Мы знаем ваши желания

СБЕРБАНК
РОССИИ

СБЕРБАНК
Всегда рядом

НОВОГО ДОМА!

Нам важно,
что вам важно

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

Сбербанк России ОАО. Генеральный директор: Сергей Кириенко. Председатель правления: Владимир Максимов. Свидетельство № 001 от 03.10.2007.

СБЕРБАНК
Всегда рядом

Опыт + Инновации

**170 лет
всегда рядом**

☎ (495) 500 81 50 | www.sberbank.ru

Сбербанк России ОАО. Генеральный директор: Сергей Кириенко. Председатель правления: Владимир Максимов. Свидетельство № 001 от 03.10.2007.

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
- ✓ Качественная навигация
- ✓ 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-solent.ru

Сбербанк России ОАО. Генеральный директор: Сергей Кириенко. Председатель правления: Владимир Максимов. Свидетельство № 001 от 03.10.2007.

СБЕРБАНК
Всегда рядом

Ставки снижены – ЭТО К ОТПУСКУ!

ОТ **15,3%**

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ КРЕДИТЫ

НАМ ВАЖНО,
ЧТО ВАМ ВАЖНО

Сбербанк России ОАО. Генеральный директор: Сергей Кириенко. Председатель правления: Владимир Максимов. Свидетельство № 001 от 03.10.2007.

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**

СТИЛЬ
ВСЕГДА
ИМЕЕТ
ЗНАЧЕНИЕ

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

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?!



ПОДЕРОСЬ ДО УРНЫ!



У МУСОРА ЕСТЬ ДОМ

News Outdoor

Кто спасает одну жизнь, спасет целый мир



Ксения Пурговская

Администрация города Кисловодск



С Новым Годом, Кисловодчане!

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 своевременной кровополучении, может быть, 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



ВЛАДИВОСТОК - МОЯ СУДЬБА!

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ г. ВЛАДИВОСТОКА

ГОРЖАНИЕ

Институт города
(центр социально-экономического проектирования)

Администрация г. Владивостока

Сergey Graç
Кандидат на пост главы администрации города Владивостока

7 задач. 7 шагов. 7 месяцев.

Экономическая политика:

1. переработка транзитных грузов;
2. строительство и реконструкция аэрог и жилья, позитивный перенос жилищно-коммунального хозяйства города на современную, ориентированную на жильцов, систему управления;
3. развитие индустрии туризма;
4. развитие индустрии туризма;
5. совершенствование торговли в городе и развитие города как провинциальной метрополии;
6. развитие научных проектов на базе ДВО РАН; развитие новейших технологий среднего и высшего образования, редкое повышение качества жизни студентов;
7. экологические проекты строительства и закупа в течение 7 месяцев очных сооружений и музеев-экологических заповедников, производящих электроэнергию и тепло, проект очистки Амурского залива и Золотого Рога.

Для осуществления всего этого имеются разработанные экономическая программа, эта рабочая программа, молодость, энергия, результат.

Политическая реклама



Что делал

Я родился в 1962 году в городе Усть-Сибирское Иркутской области в семье служащих, мы переехали из Западной Сибири в Россию еще в 19 веке.

В 1977 году, окончив школу, устроился в Владивосток и поступил в мореплавателей училище, так как с детства мечтал о море. С этого времени все мое дальнейшее образование и профессиональная деятельность связаны с этим замечательным городом.

В 1982 году был распределен в Дальневосточное морское пароходство, где прошел путь от матроса до старшего помощника капитана. В 29 лет получил диплом капитана дальнего плавания, без отрыва от работы - востановил ДВМУИМ им. адмирала Г.И. Невельского.

В начале 90-х, в связи с ухудшением экономической ситуации в стране, перешел на берег, решил попробовать себя в роли организатора производства.

По моей инициативе в городе были открыты несколько предприятий, созданы новые рабочие места.

В 1997 году жители Спасского района выбрали меня депутатом Думы Приморского края.

У меня большая, дружная, счастливая семья, много друзей, самореализованность. В семье, работе, товарищах - черпал свои силы и уверенность.

Что делаю

Ныне я руковожу несколькими производственными коллективами. Также возглавляю Приморскую креветочную обществу организацию "Согазис", которая объединяет различные слои общества, людей разных профессий и различных политических убеждений.

Это объединение способствует взаимовыгодному развитию и развитию города, имеет исключительное значение в образовании, культуре, здравоохранении.

Только за четыре года работы (1999 - начало) финансовый результат на сумму 201 тыс. руб., что эквивалентно, футбольной команде "Зенит" областного центра - Владивостока, мезанзинскому центру самодельным музыкальным инструментам, танцевальным ансамблям, частной школе, вывозным, малому бизнесу.

Только финансовый результат ПКОО "Согазис" окупает большую материальную помощь, распределенную среди, производств и предприятий.

ПКОО "Согазис" являлся спонсором для оплаты питания детей из малообеспеченных семей в самом неблагополучном районе города - поселке Труновое.

В области образования и социальной защиты ПКОО "Согазис" реализует программу "Семейный этап", направленную на активизацию детей - сирот, для того чтобы на конкурсной основе в общеобразовательной ПКОО "Согазис" выигрывать право в размере 30 тысяч долларов.

Уверен, что управляет производством, городом, краем, поставщиками могут только энергичные, образованные люди, другими словами - команда профессионалов. Именно поэтому в октябре прошлого года в мое время президентский указ кандидата в губернаторы Александром Кирьяновым, а в марте прошедшего - истинно уважаемого в избирательной кампании по выборам в Государственную Думу РФ Виктора Чернышова.

Что сделаю

Я нацелен на выборы с проектом зажиточного управления жизни в городе, через изменение системы управления, через экономическое обоснование решений. По моему глубокому убеждению Владивосток должен стать крупным центром туризма и торговли Тихоокеанского региона. Городом мирового уровня.

Финансовая политика:

- создать благоприятный климат для инвестирования денег в экономику и в первую очередь для российских производителей;
- определить банк с наиболее современными технологиями; создать под эгидой экономической контроль надежность банка и ответственность перед жителями и предпринимателями; не обременять не на словах, а на деле;
- через деньги вкладывать Производственный фонд, Дальневосточный, Экономка для возвращения веры людей власти и бизнесу.

Налоговая политика:

- незамедлительно провести календаризацию как частные, так и предприятий всех форм собственности;
- составить реестр собственности города, кадастр земель, установить конкретную стоимость аренды конкретного метра как помеще-ний, так и земель;
- создать условия для привлечения инвестиций для реализации инициатив и ее экономической окупаемости в долгосрочной перспективе.

Это даст возможность людям жить и работать, и создавать условия для высокой заработной платы.

Молодость Энергия Результат

