

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,

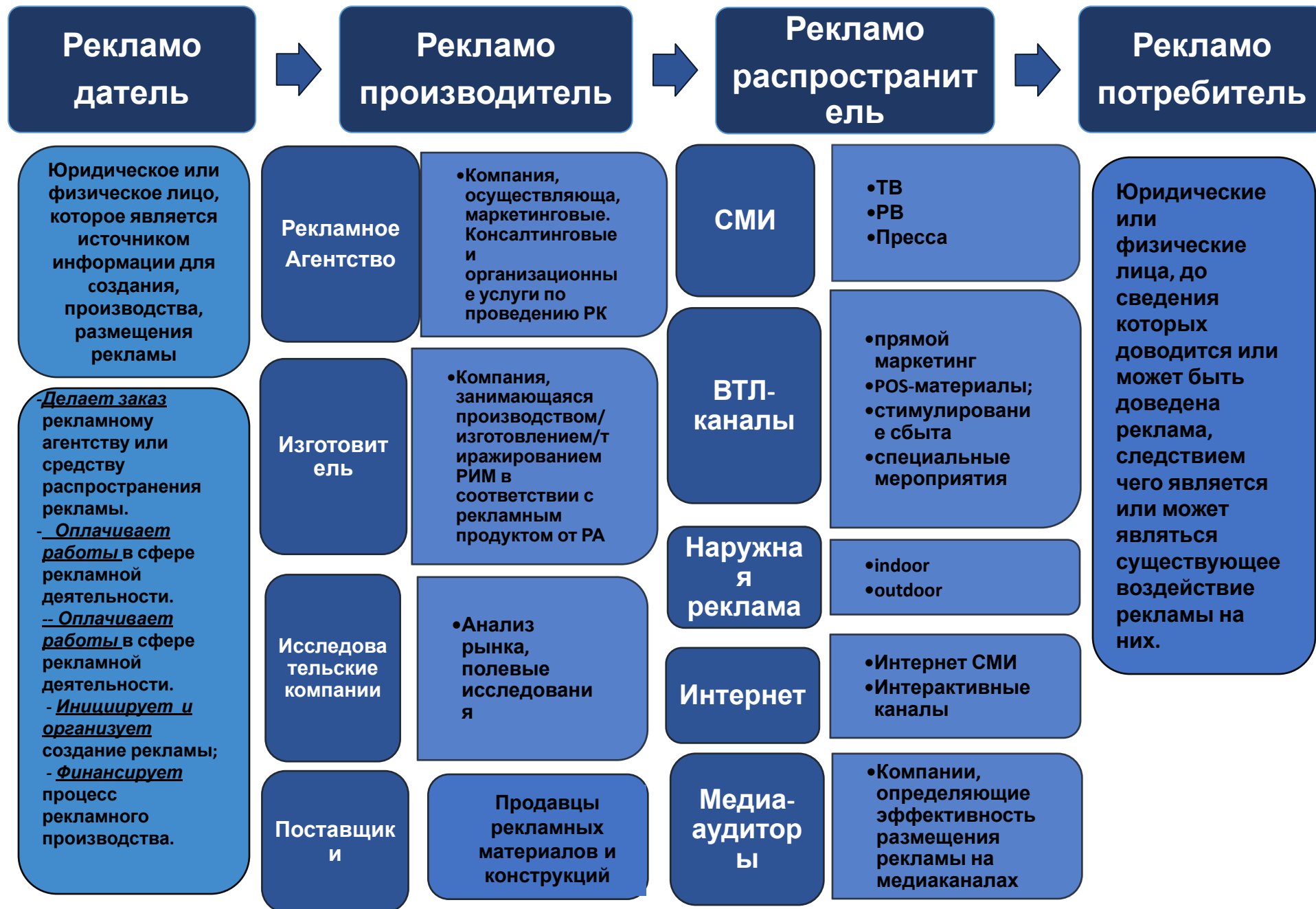
распространенная

- - 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

Ставки снижены – ЭТО К ОТПУСКУ!

ОТ 15,3%

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ КРЕДИТЫ

НАМ ВАЖНО,
ЧТО ВАМ ВАЖНО

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-solent.ru

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 Пугачева

Администрация города Кисловодск



С Новым Годом, Кисловодск!

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

ВСЕРОССИЙСКАЯ ДОНОРСКАЯ АКЦИЯ


«МУЗАРТЕРИЯ» в Иркутске!

Каждая дозированная, донорская и высокоочищенная порция крови спасает жизни, дарит надежду, может стать долгой жизнью.

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 очистных сооружений и мусорожигательных заводов, производящих электроэнергию и тепло, проект очистки Амурского залива и Золотого Рога.

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

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 мореплавание 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, творчестве - черпая свои силы и уверенность.

Что делаю

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

Это объединение способствует взаимовыгодному развитию и развитию города, имеет исключительное значение для образования, науки, культуры, здравоохранения.

Только за четыре года работы (1999 - начало) финансовый показатель вырос на сумму 201 тыс. руб., созданы, футбольный клуб "Дух", обществу детей инвалидов, мусорожигательный завод, самодельный музей, танцевальный ансамбль, частной школы, вывозим, маточку.

Только финансовый показатель ПКОО "Согласие" окупает большую материальную помощь, распределением средств, проектами и идеями.

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

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

Уверен, что управителю производством, городом, краем, поставщиком могут только энергичные, образованные люди, другие словами - команда профессионалов. Именно поэтому в октябре прошлого года в мое время президентский депутат кандидата в губернаторы Александр Кирпиченко, а в марте прошедшего - истинно уважаемый в избирательной кампании по выборам в Государственную Думу РФ Виктор Черныш.

Что сделаю

Я нацелен на выборы с проектом интеллектуального 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 президентским фондом; обеспечить не на словах, а на деле;
- через деньги вкладывать Президентский фонд, Дальневосточный, Эвробанк для возвращения веры людей власти и бизнесу.

Налоговая политика:

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

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

Молодость Энергия Результат

