

The background is a soft, painterly illustration of a village scene. In the foreground, a stone bridge with a decorative arch spans across a stream. Two brown horses are walking across the bridge. Below the bridge, a small house with a thatched roof and a chimney is visible. The scene is filled with light, airy colors and scattered white starburst patterns, giving it a dreamlike, storybook quality. A light blue rectangular box with a thin dark border is centered in the middle of the image, containing the title text.

Печатная реклама и ее элементы

Печатная реклама — один из основных каналов распространения рекламных обращений.



Печатная реклама является одним из самых старых видов распространения коммерческих сообщений. Под печатной рекламой чаще всего подразумевают размещение информации в газетах и журналах.

Виды печатной рекламы

Рекламное
письмо

Коммерческое
предложение

Информационны
й лист

Рекламный
листок

Буклет

Рекламная
брошюра.

Каталог

Пресс-релиз

Афиша (плакат)

Печатная
политическая
реклама.

Открытки,
календари,
наклейки,
вкладыши и т.д.



Рекламный листок

- Главная задача рекламного листка (листочки) – броситься в глаза, вызвать у потенциального покупателя желание взять и прочитать его. Листовка может содержать одну или две фотографии рекламируемого товара с его подробным техническим описанием и характеристиками.



РЕКЛАМНО - ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКАЯ
ПРОДУКЦИЯ

УПАКОВОЧНАЯ И ЭТИКЕТОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

пакеты бумажные ламинированные и
п/этиленовые
этикетки
наклейки (стикеры)
блистеры
коробки: медицинские, косметические,
видео, сувенирные и подарочные



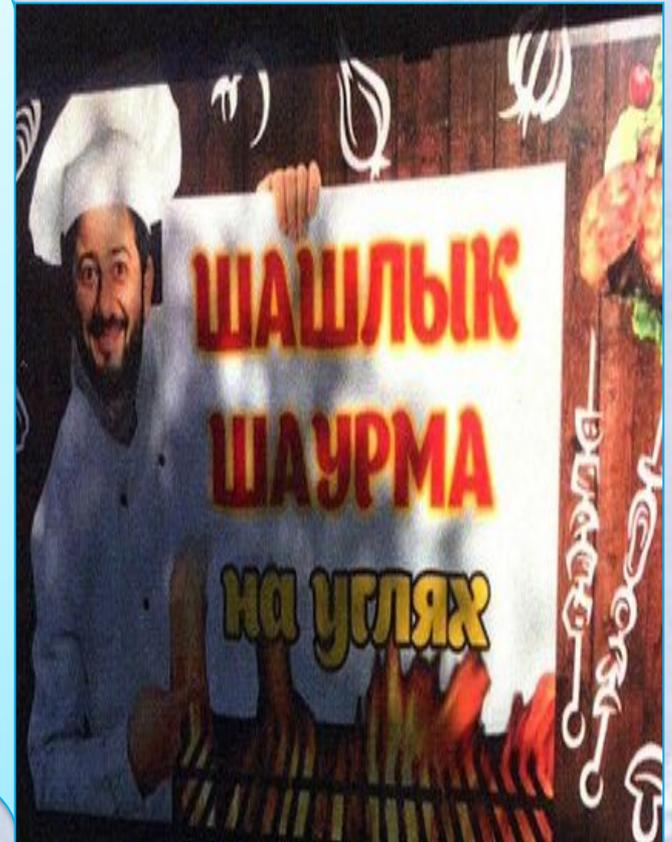
Рекламный буклет



Буклет обычно содержит рекламное описание фирмы или конкретного продукта, услуги. Иногда в одном буклете приводятся описания нескольких товаров, если они относятся к одному виду или направлению деятельности.

Рекламный плакат

Плакаты обычно используют при оформлении выставочных стендов, торговых и демонстрационных залов, интерьеров служебных помещений, приемных, комнат для переговоров, развешивают на специальных рекламных тумбах или щитах.



Рекламный проспект

- Рекламный проспект – хорошо иллюстрированное сброшюрованное коммерческо-пропагандистское издание с достаточно подробным описанием потребительских свойств товара или группы товаров.



- **Каталог** – многостраничное сброшюрованное малотиражное издание, в которое включена вся номенклатура товаров компании или, если номенклатура слишком обширна, товары одной группы.



- **Открытка** – хорошо иллюстрированное малоформатное издание поздравительного характера.



Календарь – очень старый носитель рекламы, широко распространенный во всем мире. Они «живут» в течение года и расположены на видном месте.



Элементы печатной рекламы

- Рекламный текст состоит из пяти основных элементов, которые почти всегда используются в рекламе:

Заголовок

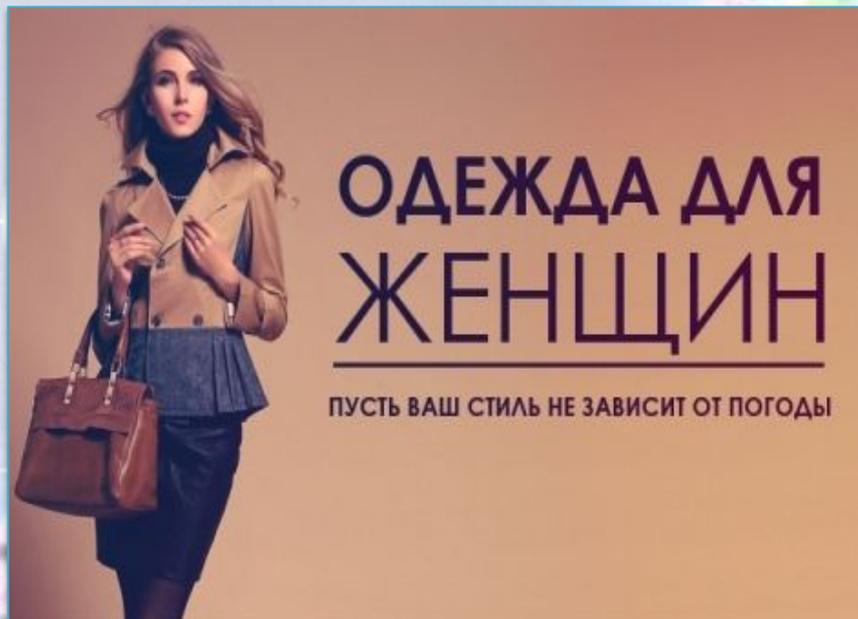
Подзаголовок

Основной текст

Концовка, или код

Иллюстрация

- **Заголовок** — самая главная часть рекламного объявления, первые слова, которые будут прочитаны, поэтому они должны вызвать у потребителя интерес к продолжению чтения.



- **В оценке потенциальных заголовков можно отталкиваться от следующих факторов:**
 - 1. Заголовок должен состоять из простых, коротких слов (не более 10).
 - 2. Заголовок должен служить приглашением для потенциального покупателя, отражать главные выгоды товара, содержать название торговой марки и вызывающую интерес идею, чтобы читатель изучил остальную часть текста.

- **Подзаголовок** направлен к клиенту: сейчас, когда ваше внимание получено, вот что мы хотели бы вам сказать. Подзаголовок — мост между заголовком и основным текстом. Его стоит использовать, если рекламный текст довольно большой. При диагональном чтении хорошо структурированного текста человек всегда опирается на подзаголовки в поиске информации.
- Оформляются подзаголовки обычно чуть более крупным кеглем чем основной текст, гарнитурой шрифта, отличающейся от основного текста насыщенностью и цветом.





Основной текст
содержит коммерческую предпосылку, аргументы в пользу продукта и объяснения по эксплуатации. Он полностью раскрывает смысл рекламы.



- **Концовка, или кода.**
Существует несколько вариантов концовок. Иногда она убеждает потребителя, что товар действительно будет «вести себя» так, как обещано.



- Довольно важная, но все же второстепенная часть печатной рекламы. В качестве иллюстраций используются рисунки и фотографии.

Реклама - двигатель торговли.

Для того чтобы продать товар или услугу, потребитель должен знать о существовании данного. посредством рекламы производитель увеличивает спрос. Чем больше человек увидят товар/услугу, тем больше вероятность того, что товар/услугу приобретут.



Список литературы

- Головлева, Е.Л. Основы рекламы / Е.Л. Головлева. – М.: ОАО «Московские учебники», 2012. – 271 с.
- Медведева, Е.В. Рекламная коммуникация / Е.В. Медведева. – М.: Едиториал УРСС, 2010. – 280 с.
- Сулягин, Ю.А. Реклама. Учебное пособие. / Ю. А. Сулягин, В. В. Петров – М., 2012. – 532 с.
- <http://prodawez.ru/reclama/vidi-reklami/pechatnaya-reklama-vidy-pechatnoj-reklamy.html>
- <http://www.blog-kaplunoff.ru/sovety-guru/200-13-elementov-effektivnoj-pechatnoj-reklamy.html>