

# АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ

15.06.21.



# План занятия:

- 1 Реклама и ее виды.
- 2 Участники рекламного рынка.
- 3 Рекламное агентство.
- 4 Виды рекламных агентств.



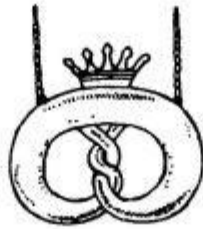
**«Реклама — любая платная форма  
неличного представления и  
продвижения идеи или услуг от  
имени известного спонсора».**, т.е.  
*реклама носит неличный характер.*



# Первая реклама



# Реклама в средние века





# Реклама в СССР



# Система маркетинговых коммуникации (СМК).



связи с общественностью (Public Relations — PR),



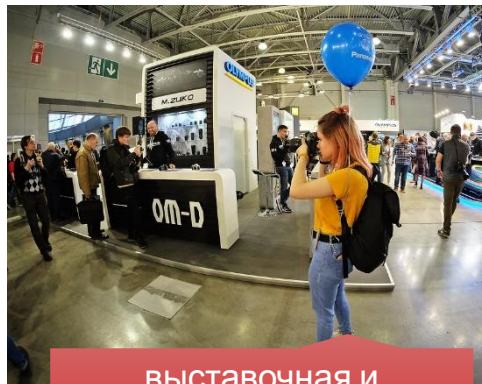
прямой маркетинг (Direct Marketing),



продвижение товара (Sales Promotion),



реклама в местах продаж (Point of Sale -POS),



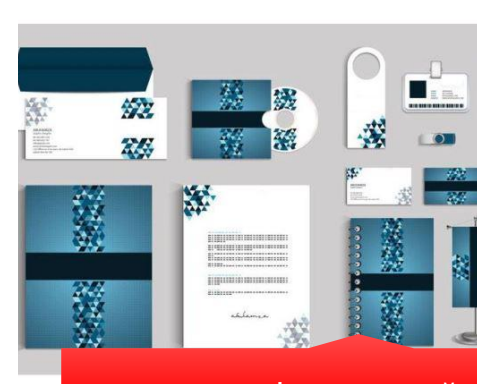
выставочная и ярмарочная деятельность,



спонсорство,



брендинг (создание популярных марок),



упаковка и фирменный стиль.





# Зачем нужна реклама?

- *Экономическая функция*

Это наиболее наглядная функция. Она состоит в том, что цивилизованный рынок невозможно сформировать без развитой рекламы – она способствует экономическому росту и развитию

- *Социальная функция*

Рекламные сообщения стремятся привить целевой аудитории определенные потребительские привычки и предпочтения. Например, бегать по утрам, отдавать предпочтение здоровым продуктам, ходить в кино по выходным и т.д.

- *Идеологическая функция*

стремится создать общество с определенными мировоззренческими характеристиками, внедряет новые идеологические ценности – например, право граждан на частную собственность, трудолюбие и предприимчивость как основа богатства и благополучия

- *маркетинговая функция*

Реклама является инструментом маркетинговой деятельности и подчинена выполнению основных целей и задач комплекса маркетинга

- *Коммуникативная функция*

Реклама является способом передачи информации от рекламодателя к потребителю, коммуникационной цепочкой между ними



# Виды рекламы:

Коммерческая

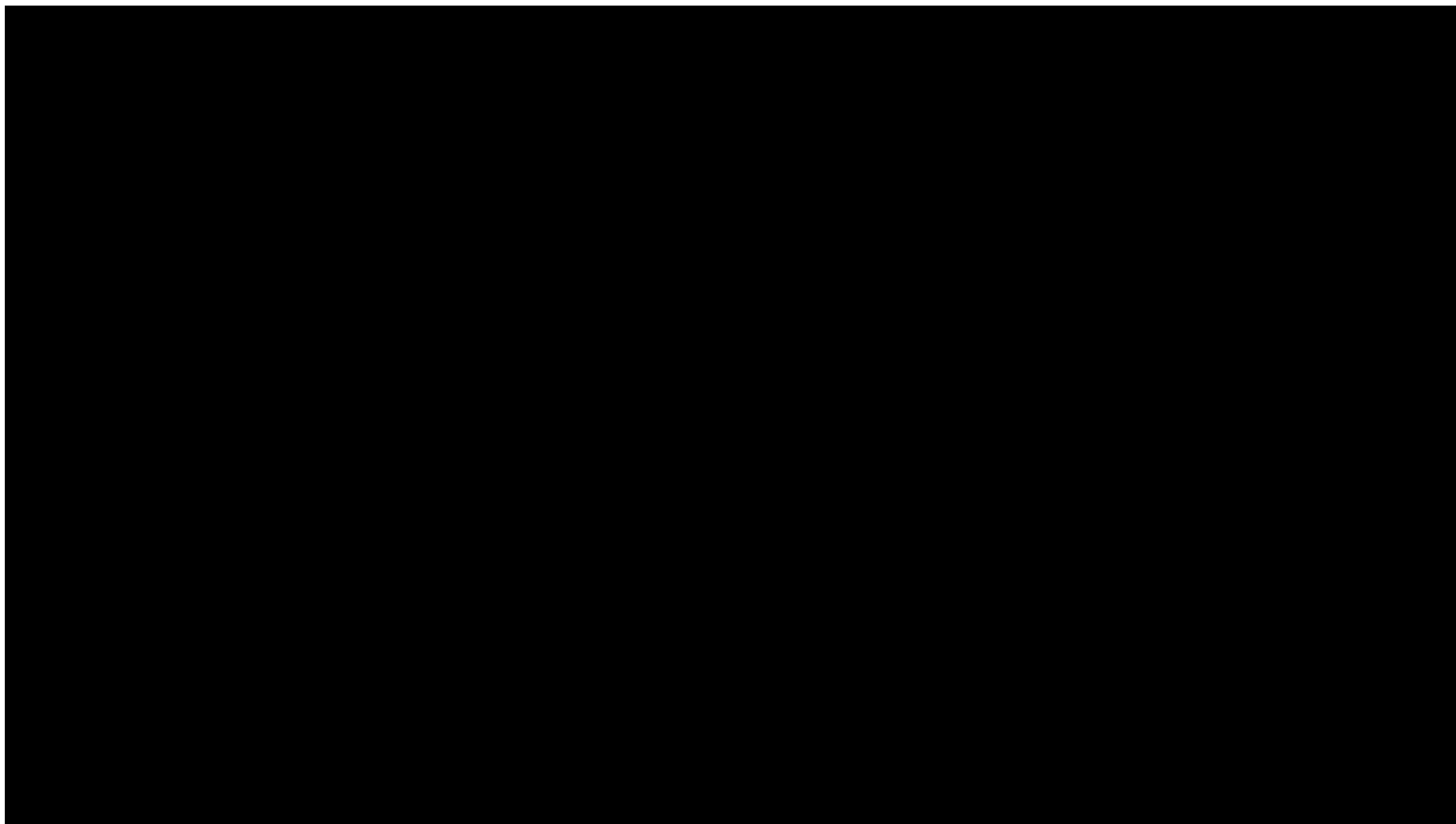
Социальная

Политическая





# Рекламные ролики:



# Другие классификации:

виды рекламы по месту и способу размещения;

виды рекламы в зависимости от цели рекламы;

виды рекламы по охвату

по масштабности и затратности: [ATL](#) и [BTL](#);

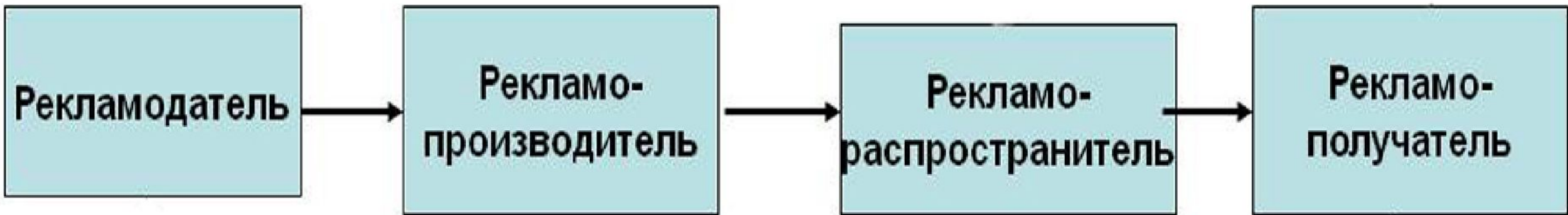
по типам товаров и потребителям;

по адресату (в зависимости от ее адресности);

виды рекламы с позиции этики.



# Участники рекламного процесса



# Чем занимаются рекламные агентства?

занимаются разработкой стратегии и тактики рекламной кампании,

создают рекламную продукцию,

размещают рекламную продукцию в средствах распространения рекламы,

ведут расчеты с рекламодателями и СМИ;

сотрудничают с исследовательскими и маркетинговыми организациями, типографиями, студиями, внештатными специалистами.



# КАКИМИ БЫВАЮТ РА?

*Медиабайеры* оказывают услуги по закупкам рекламного пространства (теле- и радиоэфира и площадей в прессе и на носителях наружной рекламы) в средствах распространения рекламы с целью размещения рекламы.

*Медиаселлеры* оказывают услуги по продажам рекламного пространства средств распространения рекламы от имени и по поручению владельца средств распространения рекламы





# Рекламные агентства Воронежа

«Академия рекламы» <https://mb-ar.ru/> - РА полного цикла

«ДРИМ» - <https://www.drim.ru/> - Федеральное РА, специализируется на наружной рекламе

«Semantica» <https://semantica.in/> - Федеральное РА, специализируется на интернет-рекламе



# Задание:

**Найти по 5 РА, охарактеризовать их, описать, чем они занимаются.**

