

Реклама в современном мире



- ▶ Особенности и функции рекламы
- ▶ Проблема классификации видов рекламы
- ▶ Реклама в аспекте ИМК и ИК

Определения рекламы

1. Reclamare (лат.) - «кричать», «выкрикивать»
2. Помимо данного обозначения в практике используется и англоязычное – advertising.

Определения рекламы

«Реклама — любая платная форма неличного представления и продвижения идей или услуг от имени известного спонсора» (1948 г., Американская маркетинговая ассоциация)

«Реклама представляет собой неличные формы коммуникации, осуществляемые через посредство платных средств распространения информации, с четко указанным источником финансирования» (Ф. Котлер)

Реклама — любая оплаченная форма неличностных представления и продвижения идей, товаров и услуг определенным спонсором (Дж. М. Эванс и Б. Берман)

Реклама— это платное, однонаправленное и неличное обращение, осуществляемое через средства массовой информации и другие виды связи, агитирующее в пользу какого-либо товара, марки, фирмы (какого-то дела, кандидата, правительства) (Арманд Дейян)

«Реклама — информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке» (Федеральный закон «О рекламе» (2006))

Протореклама и реклама

Протореклама - комплекс культурных предпосылок, обладающий некоторыми функциями рекламной коммуникации

- ▶ 1450 г. Германия. Иоанн Гуттенберг изобрел первый печатный станок , что позволило быстро и качественно печатать рекламные объявления
- ▶ Открытие радио
- ▶ Открытие телевидения
- ▶ Интернет и компьютерные технологии, которые стали 4 промышленной революцией

Реклама как термин, определяющий конкретный вид деятельности, а именно рекламную деятельность, он появился во второй половине XVIII в.

Древо рекламы



Информационная функция



Экономическая функция

ЗАБОЙНЫЕ ЦЕНЫ!

DAEWOO ELECTRONICS DC

СТИРАЛЬНАЯ МАШИНА

6 кг

1000 оборотов

7990,-

ЭЛЬДОРАДО

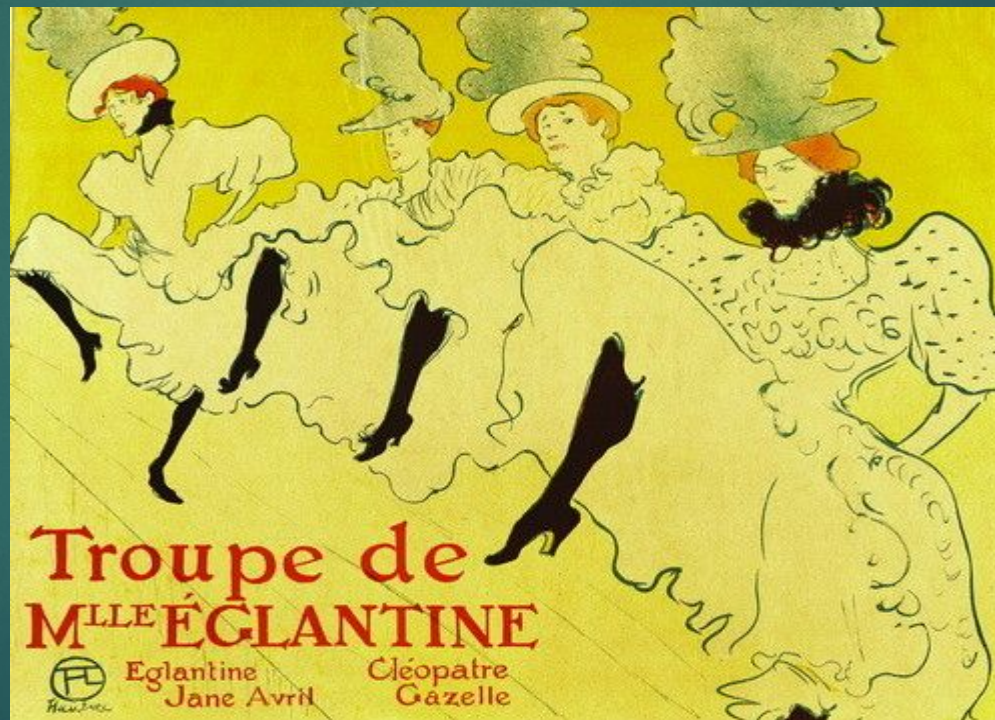
www.eldorado.ru

Мод. DWD-M10701

Техническое описание: Стиральная машина Daewoo Electronics DWD-M10701. Цена указана в рублях с НДС (включая НДС 18%) по состоянию на 01.10.2021

Эстетическая функция

- ▶ Анри Тулуз-Лотрек



Эстетическая функция

- ▶ Сальвадор Дали



Эстетическая функция

- ▶ Нико Пиросмани

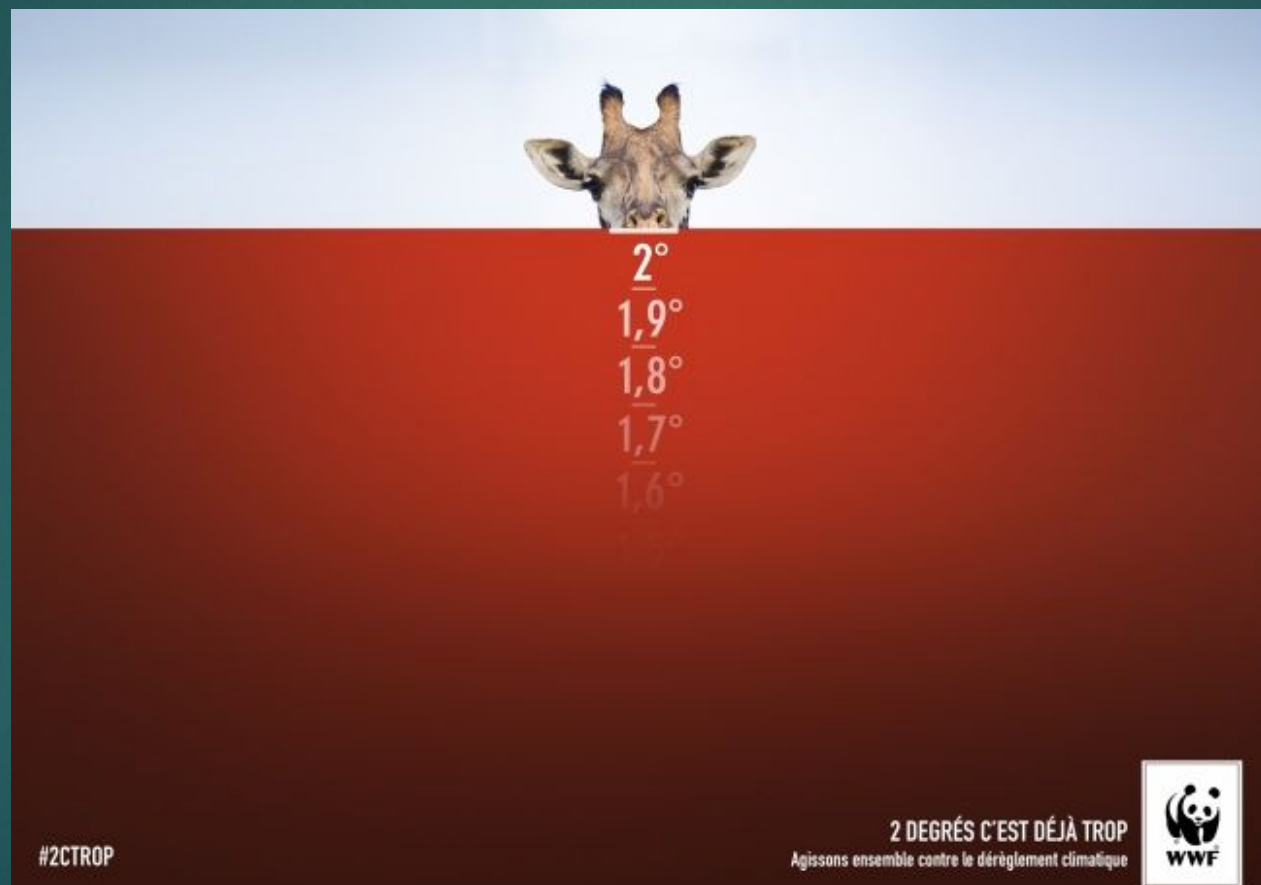


Эстетическая функция

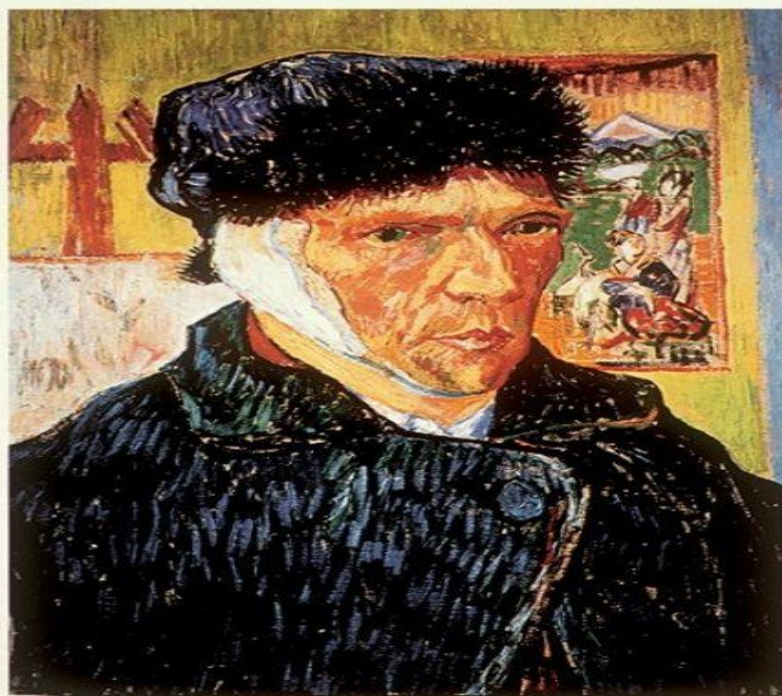
- ▶ Энди Уорхол



Социальная функция



Культурная функция



Plastic surgery
3rd floor, right

Виды рекламы

По способам воздействия реклама может быть:

- ▶ *Рациональная*
- ▶ *Эмоциональная*

По способу выражения реклама делится на:

- ▶ *«Жесткую» рекламу (шокирующая)*
- ▶ *«Мягкую» рекламу*

Шокирующая реклама



Виды рекламы

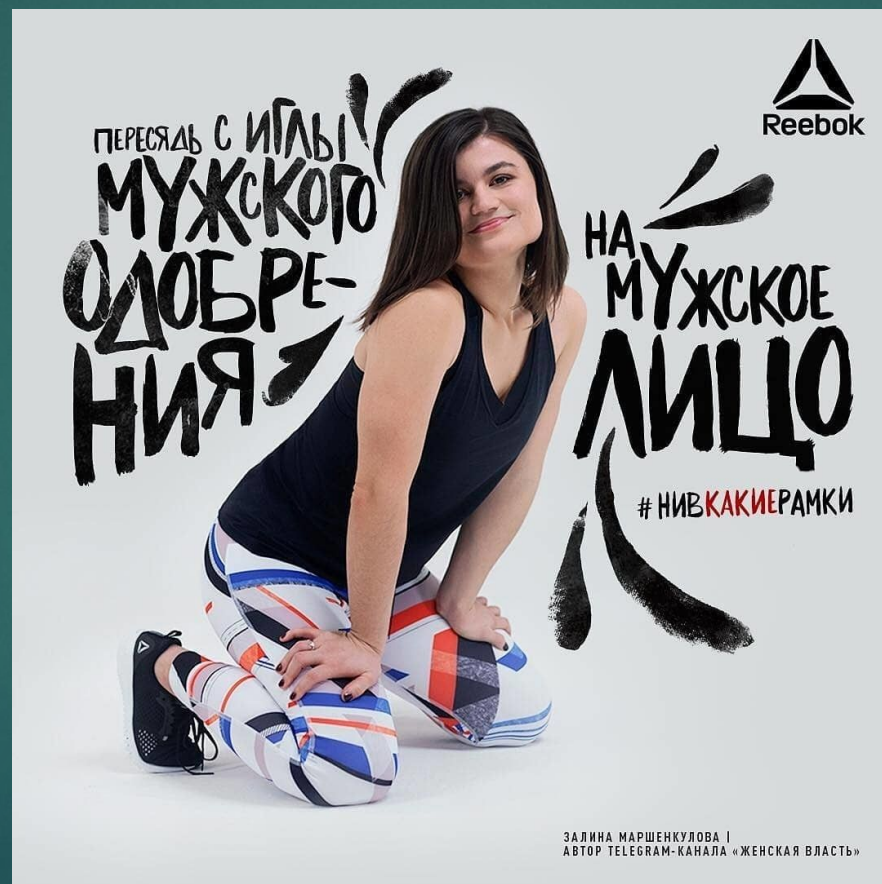
- ▶ **С точки зрения основных целей и задач :**

- ▶ *Имиджевая реклама*
- ▶ *Стимулирующая реклама*
- ▶ *Увещательная реклама*
- ▶ *Напоминающая реклама*
- ▶ *Подкрепляющая реклама*
- ▶ *Вирусная реклама*
- ▶ *Тизерная реклама*
- ▶ *Френдинговая реклама*
- ▶ *Информирующая реклама*

Тизерная реклама



Тизерная реклама



Френдинговая реклама

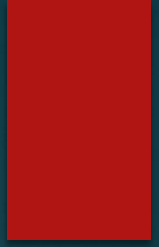


Френдинговая реклама

- ▶ «Мех ранит» (серия рекламных продуктов от PETA)



Виды рекламы



- ▶ По месту и способу размещения выделяют следующие виды рекламы:
- ▶ Indoor-реклама
- ▶ Outdoor-реклама

Виды рекламы

- ▶ По месту и способу размещения выделяют следующие виды рекламы:
 - Телевизионная (ролик в рекламном блоке, бегущая строка, телеобъявление);
 - Радио
- ▶ Печатная
- ▶ Наружная делится на следующие виды:

Виды рекламы

- ▶ *Наружная реклама:*
- ▶ *Троллы* (от англ. troll) — двусторонние рекламные конструкции, горизонтально расположенные над проезжей частью на вертикальных опорах, оборудованы подсветкой изнутри, за счёт чего очень эффективны в тёмное время суток. Подсветка обычно осуществляется люминесцентными светильниками;

Биллборды (от англ. bill board) — отдельные щиты с рекламными плакатами 3×6 м, 4×8 м;

Суперсайты — отдельно стоящие щиты с рекламными плакатами, как правило, размером 5×12 м;

Ситилайт (от англ. citylight) — тротуарное панно. Конструкция, устанавливаемая на тротуарах и вдоль проезжей части. Снабжена подсветкой;

Виды рекламы



► Наружная реклама (продолжение)

Брандмауэр — огромный плакат или щит на стене здания

Стритлайн (от англ. streetline), шалаш, штендер — выносная складная конструкция с информацией на одной или двух рекламных поверхностях. Изготавливается из металла или пластика. Типичный размер: 1,35×0,6 м, форма рекламного поля — арка или прямоугольник. Устанавливается на тротуаре;

Призматрон (тривижн, призмавижн) -рекламоноситель, визуальная поверхность которого состоит из трёхгранных поворачивающихся призм

Информационный указатель

Виды рекламы

Интернет-реклама (текстовые блоки, баннеры, контекстная реклама, реклама в блогах, реклама на карте);

Транспортная (реклама на транспорте);

Реклама в кинотеатрах;

Прямая почтовая рассылка;

Продакт-плейсмент (от англ. product placement) — внедрение рекламы товара или услуги в сюжетную линию кино или иного продукта индустрии развлечений;

Реклама в местах продаж (BTL, промо-мероприятия, ивент и прочие);

Виды рекламы

- ▶ По характеру объекта рекламы:

Товарная (коммерческая) реклама

Корпоративная (имиджевая) реклама

Политическая реклама

Социальная реклама

Коммерческая реклама



Корпоративная (имиджевая) реклама

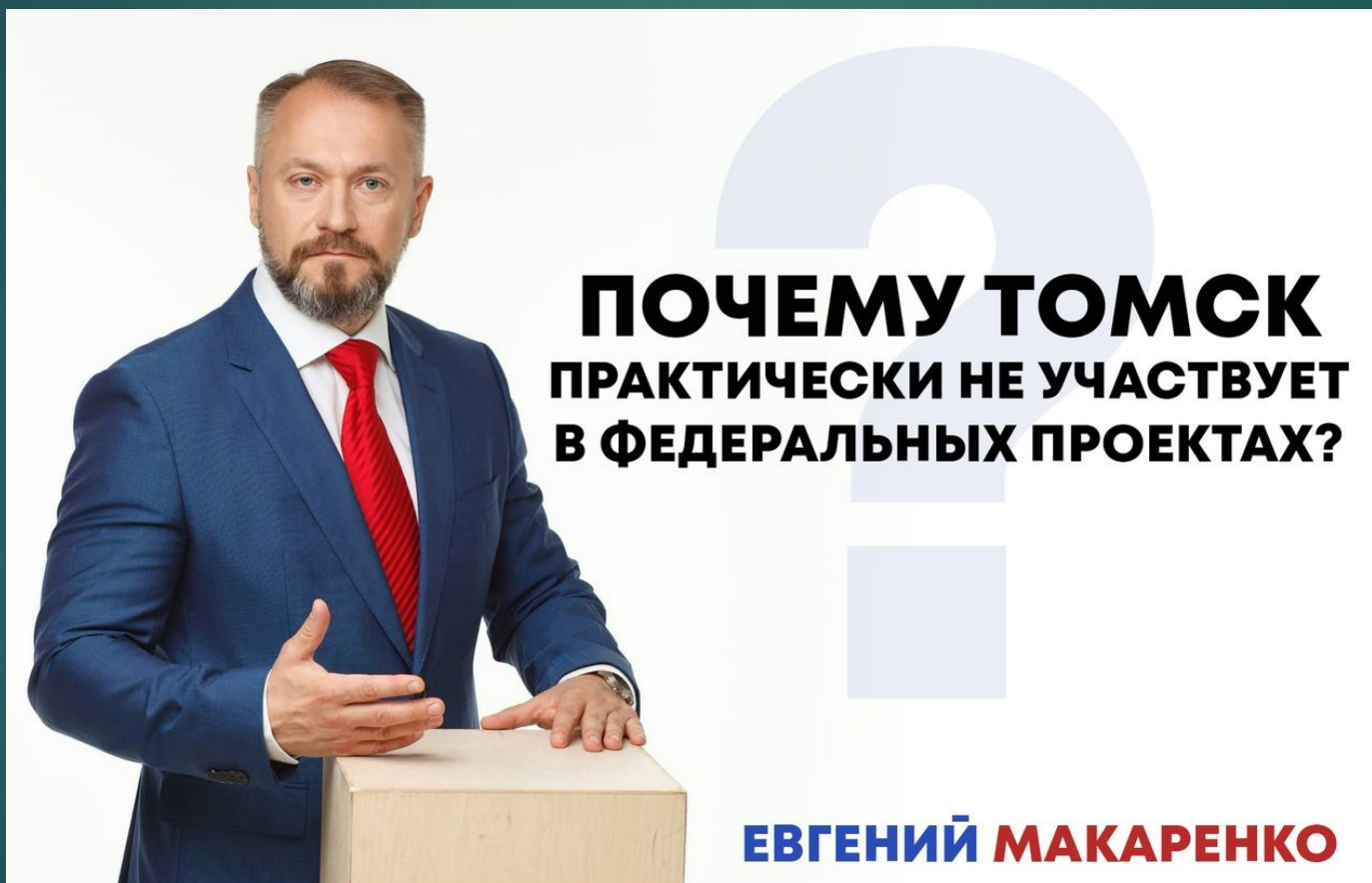


Политическая реклама



Lilya Palveleva (RFE/RL)

Политическая реклама



Социальная реклама

«Одного не хватает — разрушается все». (WWF. Рекламное агентство LarizdeBits (Колумбия)).



Реклама как составляющая интегрированных коммуникаций

1. Интегрированные коммуникации - процесс взаимосвязи разных медиа при планировании и реализации коммуникационной кампании
2. Интегрированные маркетинговые коммуникации - процесс регулирования и координации «дисциплин» (компонентов маркетинга – микс 4P) в рамках организации (организационная составляющая): Product — товар или услуга, ассортимент, качество, свойства товара, дизайн; Price — цена, наценки, скидки; Promotion — продвижение, реклама, пиар, стимулирование сбыта; Place — месторасположения торговой точки, каналы распределения, персонал продавца

Реклама как составляющая интегрированных коммуникаций

ИМК	ИК
Дисциплина, ассоциируемая с маркетингом	Дисциплина, ассоциируемая с множеством дисциплин, предметом исследования которых является построение отношений организации с ее аудиториями
Подход одного голоса	Подход «множественного» голоса
Подход «изнутри-наружу»	Подход «снаружи-внутри»
Интеграция управляется организацией	Интеграция управляется аудиторией (получателем сообщений)
Фокус на потребителе товаров/услуг	Все стэйкхолдеры важны для организации
Приоритетом является медиаинтеграция	Медиа и структурная интеграция имеют равнозначную важность
Централизация коммуникаций («коммуникационный царь», объединение коммуникационных подразделений в компании)	Принятие во внимание коммуникационного контекста (всех основных информационных источников об организации, включая неорганизационные)

РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ #ЛУЧШЕВМЕСТЕ (#DOITTOGETHER) ОТ INDESIT (2017-2019 Г.Г.)



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ #ЛУЧШЕВМЕСТЕ (#DOITTOGETHER) ОТ INDESIT (2017-2019 Г.Г.)

Компания проводит исследование и публикует его результаты
Indesit узнал, как распределяются домашние обязанности в России и Европе

Онлайн-опрос проводился с 27 апреля по 8 мая 2019 года.
Репрезентативная выборка населения трех стран была определена следующим образом:

- 1000 взрослых, родители, в возрасте от 20 до 64 лет в России
- 2000 взрослых, родители, в возрасте от 20-64 в Великобритании
- 1001 взрослый, родители, в возрасте от 20 до 64 лет во Франции

РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ #ЛУЧШЕВМЕСТЕ (#DOITTOGETHER) ОТ INDESIT (2017-2019 Г.Г.)



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ #ЛУЧШЕВМЕСТЕ (#DOITTOGETHER) ОТ INDESIT (2017-2019 Г.Г.)

**Кто чаще всего
решает бытовые
вопросы в вашей
семье?**

Мы ведем домашнее хозяйство
совместно с партнером

Англия	Франция	Россия
♂ 30 %	♂ 42 %	♂ 52 %
♀ 12 %	♀ 13 %	♀ 25 %

РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ #ЛУЧШЕВМЕСТЕ (#DOITTOGETHER) ОТ INDESIT (2017-2019 Г.Г.)

Как часто
в семьях партнёры
обсуждают распределе-
ние домашних
обязанностей?

В России, Великобритании и Франции задачи по дому не обсуждаются на регулярной основе, а только при необходимости.

Ø92%

РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ #ЛУЧШЕВМЕСТЕ (#DOITTOGETHER) ОТ INDESIT (2017-2019 Г.Г.)



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ #ЛУЧШЕВМЕСТЕ (#DOITTOGETHER) ОТ INDESIT (2017-2019 Г.Г.)

Возможности современной техники

Во всех странах безопасность (54%) и легкость в использовании (50%) являются главными критериями родителей при выборе техники. В противопоставление этому, игровые функции, такие как игровой интерфейс или веселое приложение, играют второстепенную роль.

Безопасность



Забавное приложение для телефона или планшета для управления устройством



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ #ЛУЧШЕВМЕСТЕ (#DOITTOGETHER) ОТ INDESIT (2017-2019 Г.Г.)

- ▶ «Смысл кампании #ЛучшеВместе порастил меня с самого начала. В фильме совершенно по-новому раскрывается тема взаимоотношений поколений. Извечный конфликт между невесткой и свекровью сменяется на уважение и поддержку. Ролик отвечает на вопрос: почему все делать #ЛучшеВместе? Наш фильм — это праздник матерей во всем мире. Ведь нет разницы, свекровь это или теща, родная мама или мачеха — любви и поддержки должно хватить всем. Ролик поможет взглянуть на воспитание детей без социальных условностей и стереотипных представлений. Это будет красивый, очаровательный и очень трогательный фильм» (Тен Хойвель, режиссер рекламного ролика #ЛучшеВместе от Indesit)

Спасибо за внимание!

1. Перечислите основные функции рекламы
 2. Охарактеризуйте, на свой выбор, две функции рекламы
- ▶ Задание:
 - ▶ Прочитайте статью: Бачурина Н.С. Основания теории интегрированных коммуникаций: определение и подходы:
<http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/d05de5fcdd3d439044257dfd002fd054>