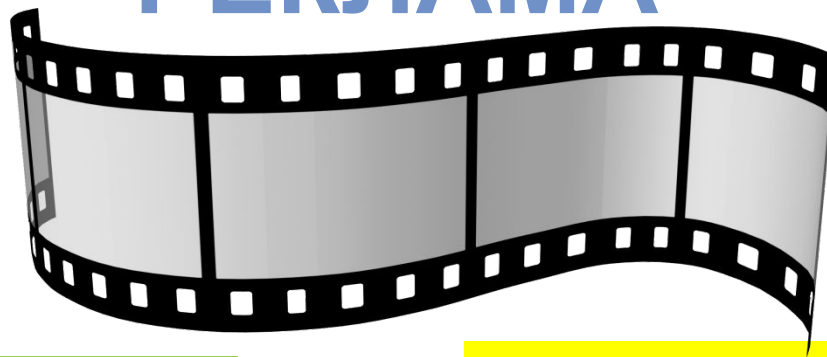


Типы рекламы: коммерческая и некоммерческая реклама

РЕКЛАМА



**коммерческая
реклама**

b2b

b2c

**некоммерческа
я реклама**

социальная

**государственн
ая**

политическая

**реклама
территории**

**реклама
личности**

Коммерческая реклама

- реклама, способствующая достижению маркетинговых целей коммуникатора, являющегося субъектом сферы бизнеса.



Некоммерческая реклама

- реклама, финансируемая некоммерческими институтами или в их интересах и имеющая целью стимулирование пожертвований, призыв голосовать в чью-либо пользу или привлечения внимания к делам общественности (Кортленд Бове и Уильям Аренс из книги «Современная реклама»). Цели данной рекламы не связаны с получением прибыли



Виды некоммерческо й рекламы

- ☐ Социальная реклама
- ☐ Политическая
реклама
- ☐ Государственная
реклама
- ☐ Реклама территорий
- ☐ Реклама личности



Социальная реклама



Первая
мировая
война





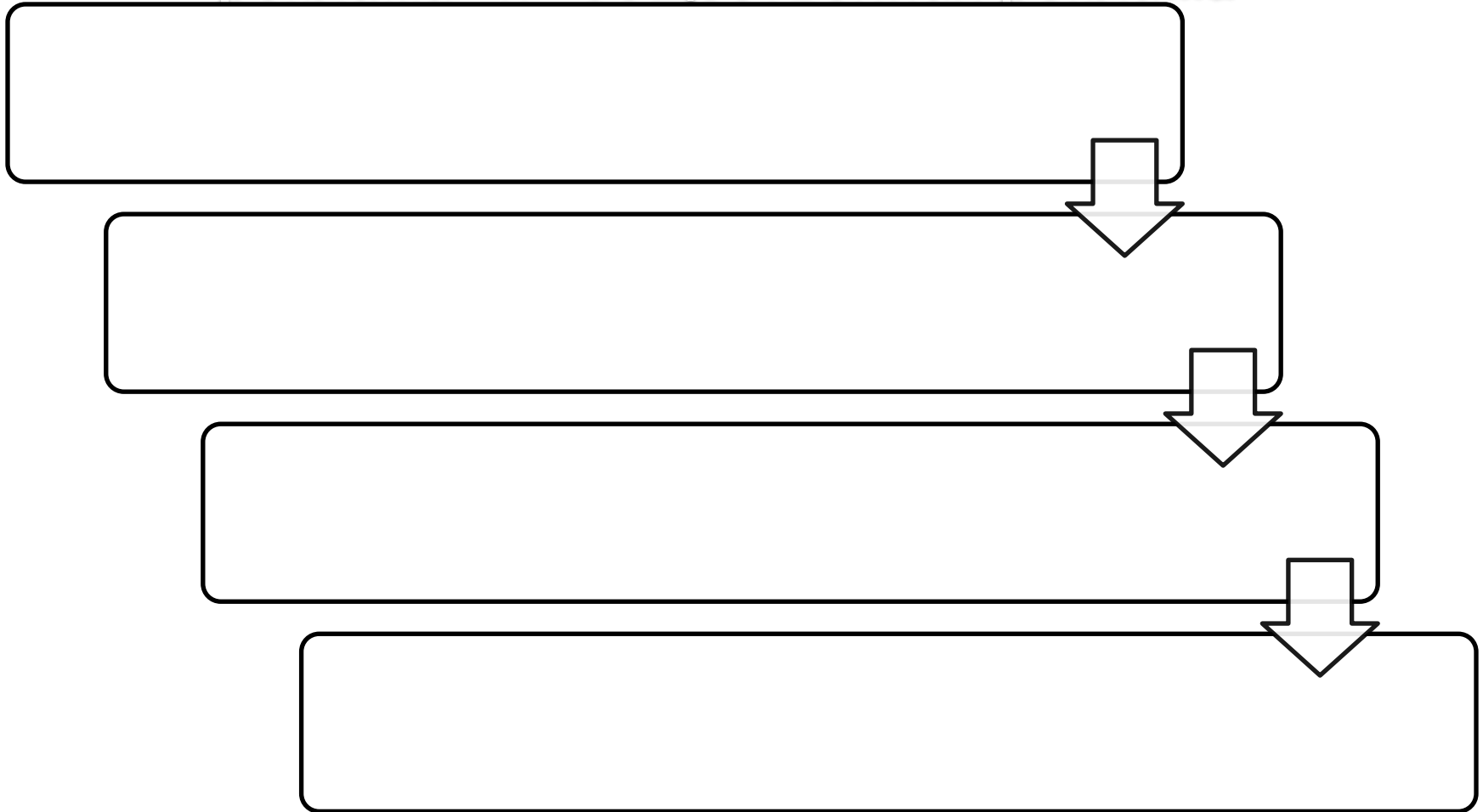
**Представьте
себе: 40 лет
в пустыне
и ни малейшей
надежды
дождаться
трамвая.**

**ПРИХОДИ ПОЗНАКОМИТЬСЯ С САМОЙ
НЕОРДИНАРНОЙ ИСТОРИЕЙ НА ЗЕМЛЕ**

Образцова, 11, стр. 1а
www.jewish-museum.ru

**Еврейский
музей**
и центр толерантности

**Термин «социальная реклама» применяется
только в России. Во всем мире ему
соответствуют понятия «некоммерческая
реклама» и «общественная реклама»**



Сталинская модель социальной



92. Ефимов Б.
Капитан Страны Советов ведет нас от победы к победам! 1933

амы



И О ДУДЬ
Будь, товарищ!



220. Крайст.
Выше знамя Маркса, Энгельса, Ленина и Сталина! 1936



137



247. Кс.
«Наша»



344. Неизвестный художник



88. Короблев В.
Иди, товарищ к нам в колхоз! 1930



100. Короблев В.
Советские физкультурники — гордость нашей страны... 1930



77. Мозилевский А.
Если книг читать не будешь — скоро грамоту забудешь. 1925



501. Гавриков В.

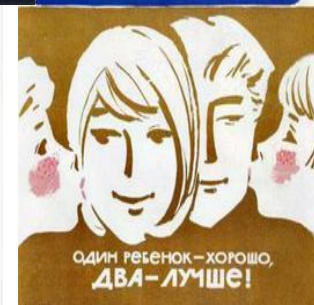
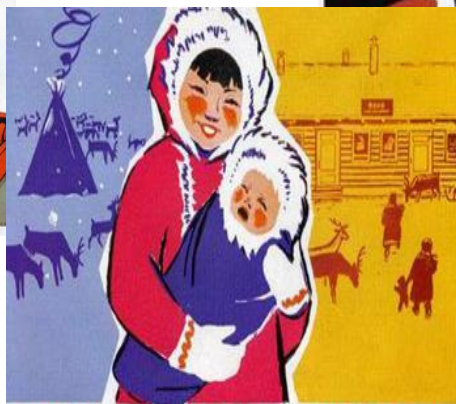
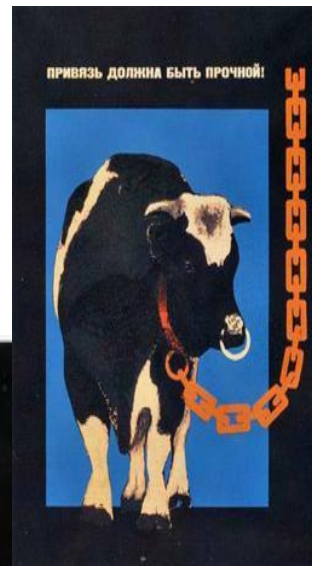


429. Бабиченко [Д].
Позор получающим зарплату в черной каске! 1929

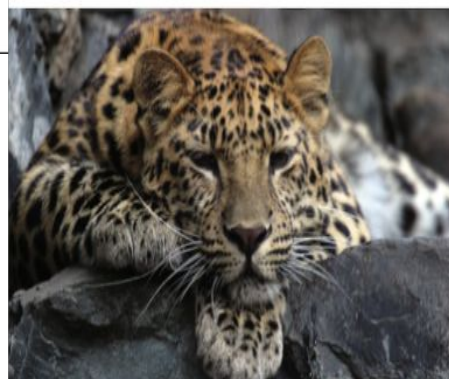
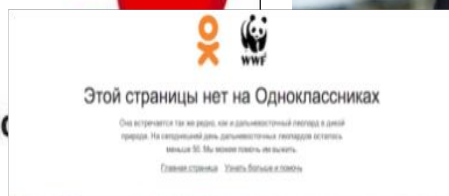
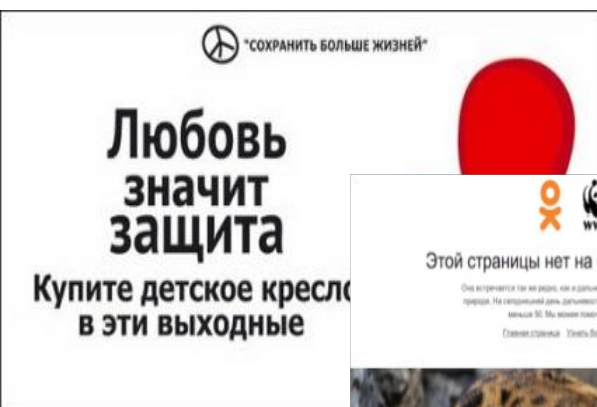
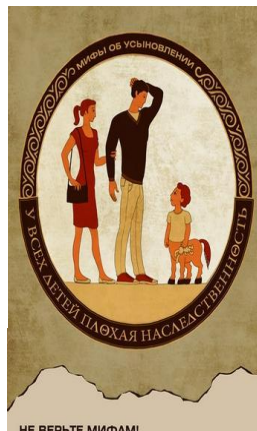


499. Короблев Г.
Физкультурный парад — мощная демонстрация силы и непобедимости советского народа! 1936

Брежневская модель социальной рекламы



Современная модель социальной рекламы



as.gov.ru

Президент Рекламного совета США Раф Вуден: «Рекламе под силу изменить что-то в этом страшном мире... За время своего существования Рекламный совет боролся с расизмом и тоталитаризмом, защищал окружающую среду и заметно улучшал жизнь людей. Трудно поверить, но реклама сделала для социума больше, чем для промышленной индустрии».

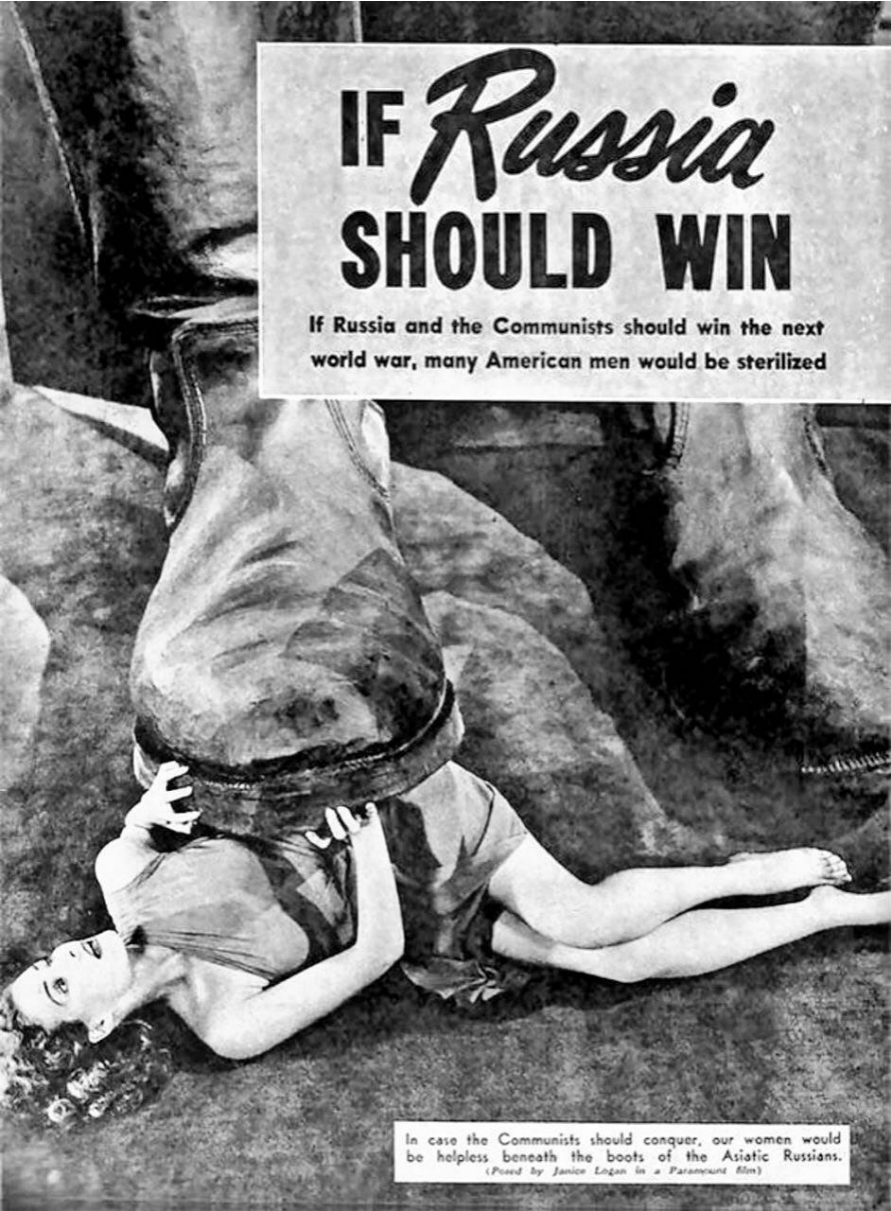
Совет был создан в 1942 году с целью мобилизации нации для достижения победы во Второй мировой войне

Политическая реклама

Демократизация политической жизни, возможность граждан свободно выбирать политических лидеров привела к появлению политического рынка.



Французский политтехнолог Мишель Бонгран: **политический маркетинг** есть совокупность технических приемов, имеющих целью обеспечить более тесную связь кандидата со своим потенциальным электоратом.



IF *Russia* SHOULD WIN

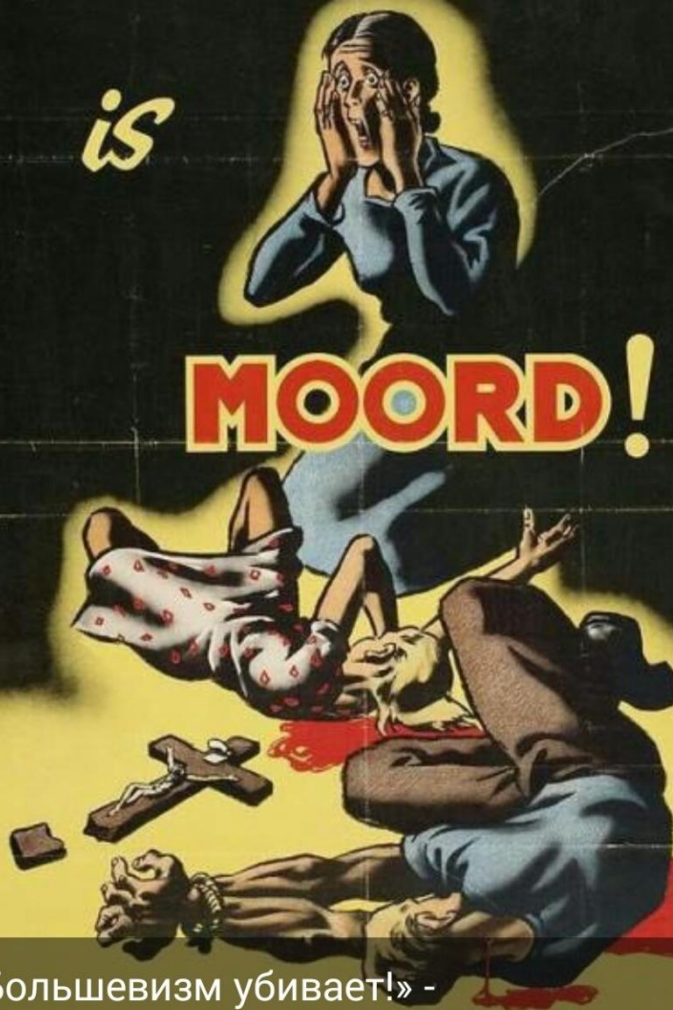
If Russia and the Communists should win the next world war, many American men would be sterilized

In case the Communists should conquer, our women would be helpless beneath the boots of the Asiatic Russians.
(Posed by Janice Logan in a Paramount film)

BOLSJEWISME

is

MOORD!

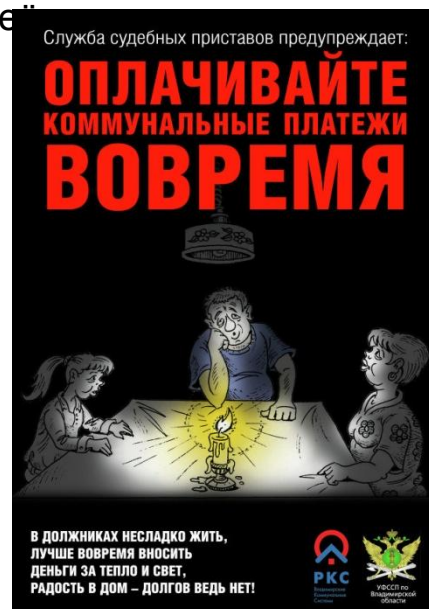


«Большевизм убивает!» -
антикоммунистическая пропаганда,
Нидерланды, 1943 год.

Государственная реклама

-это реклама государственных институтов таких как армия, военно-воздушные силы, полиция и продвижение их интересов.

-Государственная реклама направлена на информирование граждан страны об основных направлениях государственной политики, разъяснения важных е





Реклама территорий

Авторы впервые представили целостную концепцию, в соответствии с которой в современном мире территории (города, регионы и страны) становятся товарами, а граждане, бизнесмены, туристы и другие субъекты – потребителями.

При продвижении территории обозначены четыре основных направления развития:

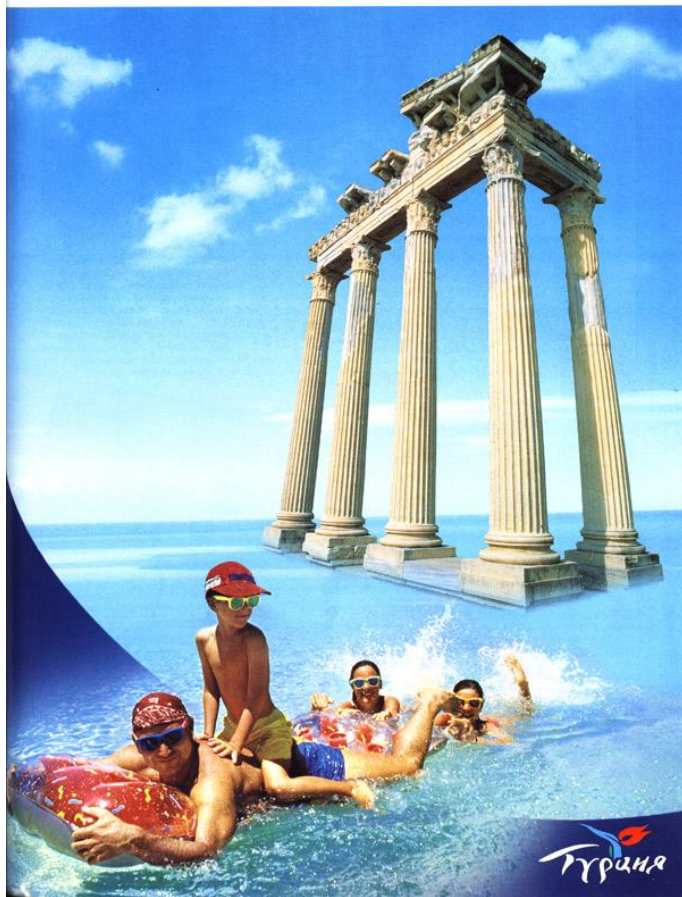
- ✓ имиджевая,
- ✓ инвестиционная,
- ✓ туристическая,
- ✓ социальная привлекательность.

Книга 1993 года.

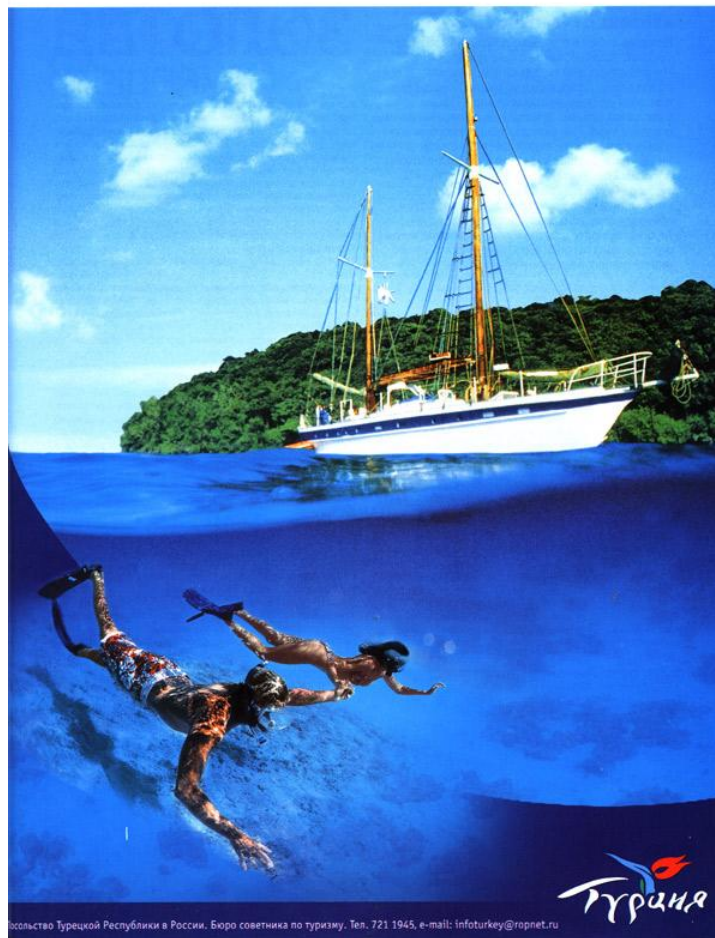


Ритм жизни ощути в Турции

Ритм жизни... ощути в Турции



Ритм жизни... ощути в Турции



Посольство Турецкой Республики в России. Бюро советника по туризму. Тел. 721 1945, e-mail: info@turkey.ru

Путешествие в страну многовековой истории. Дивный Дубай



Израиль. Земля чудес



Египет. Наше главное сокровище солнце



Калининградская область – западный форпост России



Тула – южные ворота Москвы



Саймон Анхольт

(1961 г.)

Индекс бренда города:

- ☐ внешний облик,
- ☐ расположение,
- ☐ инфраструктура,
- ☐ люди,
- ☐ ритм,
- ☐ потенциал.

Первый исследователь
национального брендинга,
главный редактор единственного
профессионального журнала в
области национального
брендинга.



**Важным элементом визуализации бренда,
широко используемым в рекламе
городов, является логотип бренда**



I amsterdam

**В 2005 г. власти города
сделали ставку на новые
ценности:**

творчество,
инновации,
предпринимательство,
качество жизни, искусство,
образование, дружелюбие.

Изменения за 5 лет:

- ✓ В 4 раза увеличилось число туристов
- ✓ В 2009 году туризм принес городу 5,2 миллиарда евро.
- ✓ Ежегодно проходит 170 крупных международных культурных событий
- ✓ Деловой туризм составляет 26 % от общего турпотока.



Open Copenhagen

В 2009 году власти города поставили задачу представить Копенгаген открытым во всех смыслах городом, комфортным, дружелюбным к окружающей среде, толерантным и дружелюбным к туристам, бизнесу, инвестициям, событиям, жизненному опыту, альтернативам».

В результате в 2010 году:

- ✓ Лучший город для велосипедистов
- ✓ Второй в списке безопасных городов 2010, TripAtlas),
- ✓ Лучший город для бизнеса (2010, Forbes),
- ✓ Второй город по модели устойчивого развития (2011, Ernst&Young),
- ✓ Город с самым точным и пунктуальным аэропортом Европы (2011, FlightStats.com).

В 2012-м году Копенгаген занял 12 позицию рейтинга успешности бренда (Reputation Institute), обогнав Стокгольм, Прагу и Нью-Йорк.

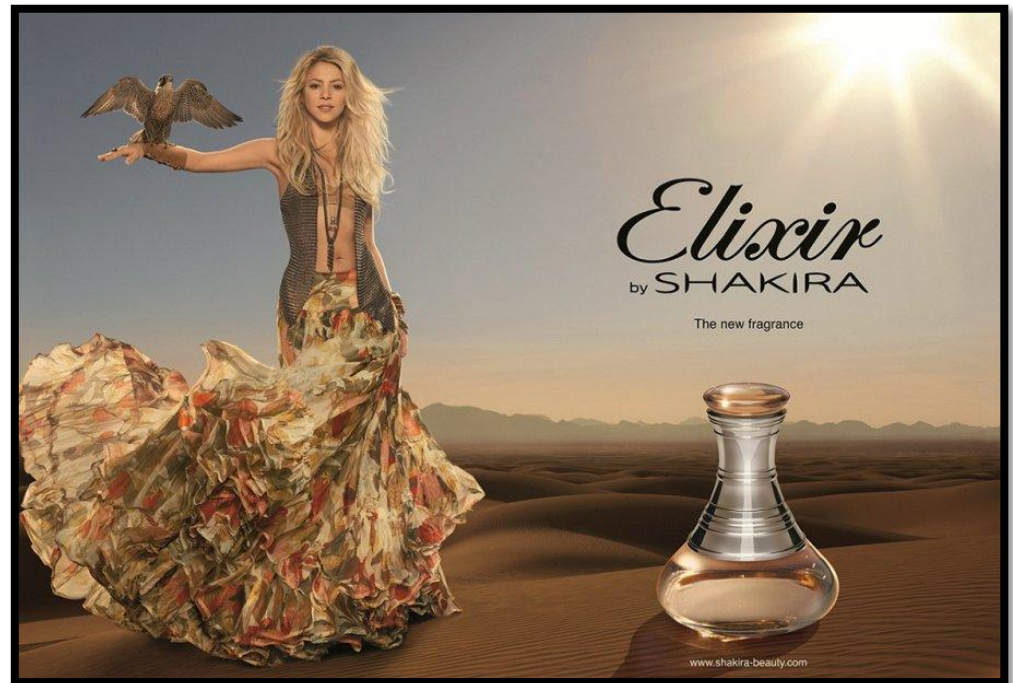


Личностная реклама

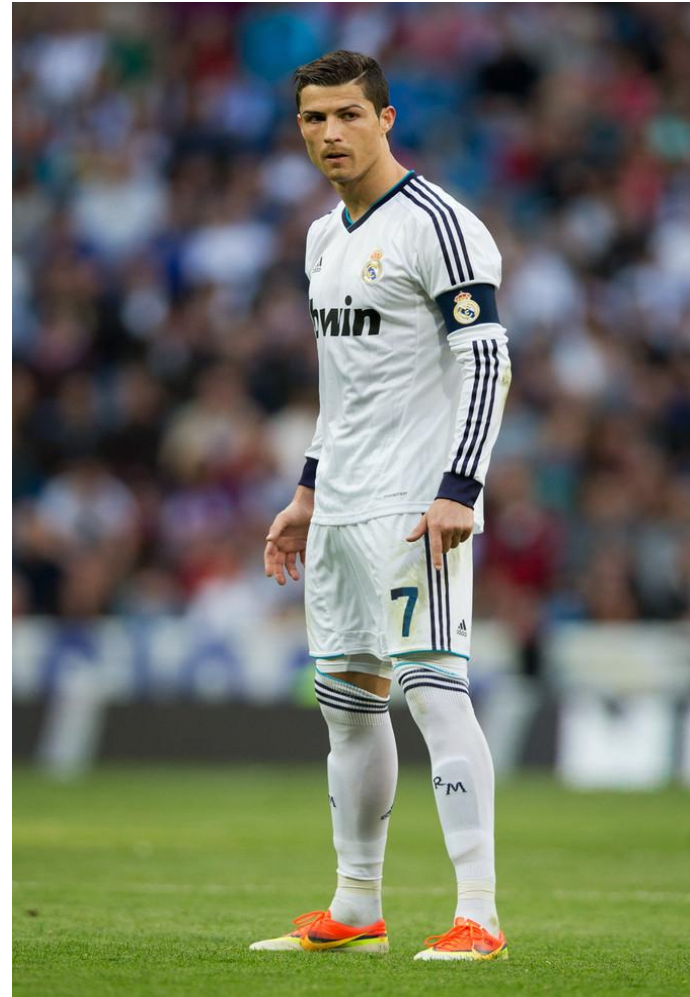
Классик маркетинга Ф.
Котлер: личностная реклама
– это маркетинг отдельных
лиц. Это деятельность,
предпринимаемая для
создания, поддержания или
изменения позиций,
поведения по отношению к
конкретным лицам.

Формы этой деятельности:

- ☐ маркетинг знаменитостей,
- ☐ политических кандидатов,
- ☐ самомаркетинг.



Экс-нападающий футбольной сборной Бразилии К.Роналдо и сборной Франции З. Зидан приняли участие в программе развития ООН, призывающей людей полностью искоренить бедность



Теннисистка Мария Шарапова стала послом доброй воли ООН



Спасибо за внимание!