

# Понятие, сущность и виды рекламы

1. Понятие и сущность рекламы.

2. Виды рекламы.



*Реклама!*

*Как много в слове этом...*

Оказывается, реклама существовала еще до нашей эры. Об этом свидетельствует египетский папирус, пришедший в современность из глубины веков. В нем сообщалось о продаже раба и были подробно описаны его личная характеристика и рабочие качества.

Напиток «Кока-кола» был изобретён в Атланте (штат Джорджия, США) 8 мая 1886 года. Его изобрёл фармацевт Джон Стит Пембертон, бывший офицер американской Армии конфедерации. Название для нового напитка придумал бухгалтер Пембертона Фрэнк Робинсон, который, владея каллиграфией, написал слова «Coca-Cola» красивыми фигурными буквами, до сих пор являющимися логотипом напитка.



Основные ингредиенты Кока-Колы были таковы: три части листьев коки на одну часть орехов тропического дерева колы.

Получившийся напиток был запатентован как лекарственное средство «от любых нервных расстройств» и начал продаваться через автомат в крупнейшей городской аптеке Джекоба в Атланте.

Сначала напиток ежедневно покупали в среднем лишь 9 человек. Выручка с продаж в течение первого года составила всего 50 долларов. Интересно, что на производство кока-колы было затрачено 70 долларов, то есть в первый год напиток был убыточным.

В 1888 году создатели продали все права на выпуск напитка за 2300 долларов. А в 1892 году бизнесмен Аса Григгс Кэндлер, обладавший правами на «Кока-колу», основал компанию «The Coca-Cola Company», которая занимается ее производством и поныне.

## *А знаете ли Вы, что...*

- Кубики льда в рекламе напитков делаются обычно из акрила, затем добавляется вода, чтобы свет проходил лучше, а пузырьки делаются при помощи стирального порошка.
- Американские фармацевтические компании тратят в 2 раза больше на рекламу, чем на исследования.
- На рекламу в мире тратится более 500 миллиардов долларов в год.

В 1955 году появилась первая реклама сигарет Мальборо. Рекламировали сигареты люди атлетического сложения. Наиболее популярным стал образ ковбоя.

**Три человека, которые появлялись в этой рекламе, в последствие скончались от рака легких.**



**В 1959 году в Москве проходила Американская национальная выставка, где Хрущёву предложили попробовать Пепси-колу.**

**Он согласился и невольно стал рекламным лицом компании, так как на следующий день в газетах всего мира была опубликована фотография, на которой советский лидер пьёт Пепси.**

Однажды в Нью-Йорке была запущена кампания по антинаркотической пропаганде в школах. Для этого на карандаши поместили лозунг: «Я слишком крут, чтобы быть наркоманом!».

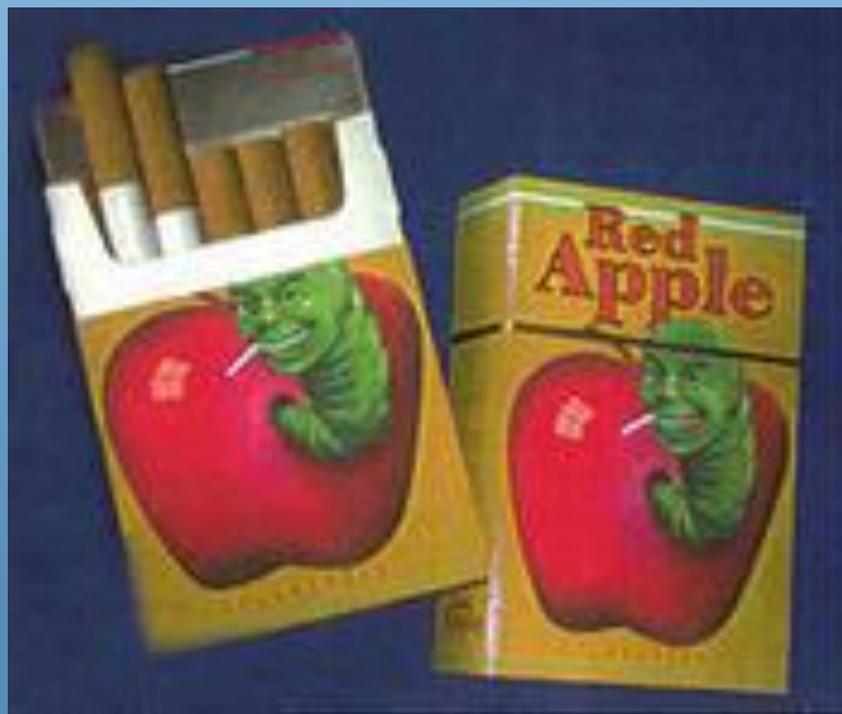
Однако креативщики не учли то, что карандаши со временем стачиваются, и в определённый момент этот слоган превращается в «быть наркоманом!».

# А знаете ли Вы, что...

- Для пропаганды картофеля среди французов в конце 18 века агроном Антуан Пармантье выставлял в дневное время вокруг своего картофельного поля вооружённую охрану. На ночь сторожа удалялись, позволяя людям «украсть» клубни.
- В 1910 году преступник, приговорённый к казни, крикнул в толпу: «Пейте какао Ван Гуттена!» в обмен на солидную сумму от производителя какао для наследников. Эта фраза попала во все газеты, и продажи резко увеличились.
- В 20-х годах в Америке выпустили презервативы Рамзес. И только через два месяца после начала продаж кто-то сказал главному менеджеру проекта, что у Рамзеса II, в честь которого назвали марку, было 160 детей

- В Германии в самый разгар эпидемии коровьего бешенства умудрились выпустить молочные ириски под названием «Сумасшедшая Корова». Надо было видеть, что творилось с людьми, когда они видели эти рекламные щиты. Компания-производитель потерпела громадные убытки.
- В России в начале XX в. промышленник Николай Шустов рекрутировал десяток студентов, которым было велено обходить московские трактиры и требовать «шустовский коньяк». Не получая коньяк, студенты устраивали шумный скандал и лезли в драку. О происшествии стали писать газеты, и Москва быстро узнала о новой марке алкоголя.
- Гигант американской автомобильной индустрии - компания General Motors попала в неловкую ситуацию, экспортируя из России свой новый автомобиль Chevrolet Nova на рынки Латинской Америки. Выяснилось, что Nova по-испански означает "не может двигаться"

*Квентин Тарантино не любит рекламу в кино. В его фильмах герои курят только сигареты придуманной Тарантино марки 'Red Apple'.*



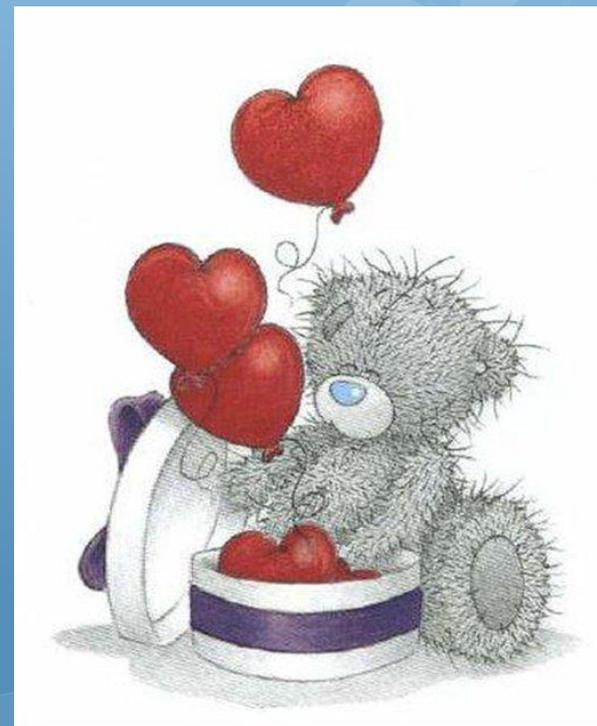
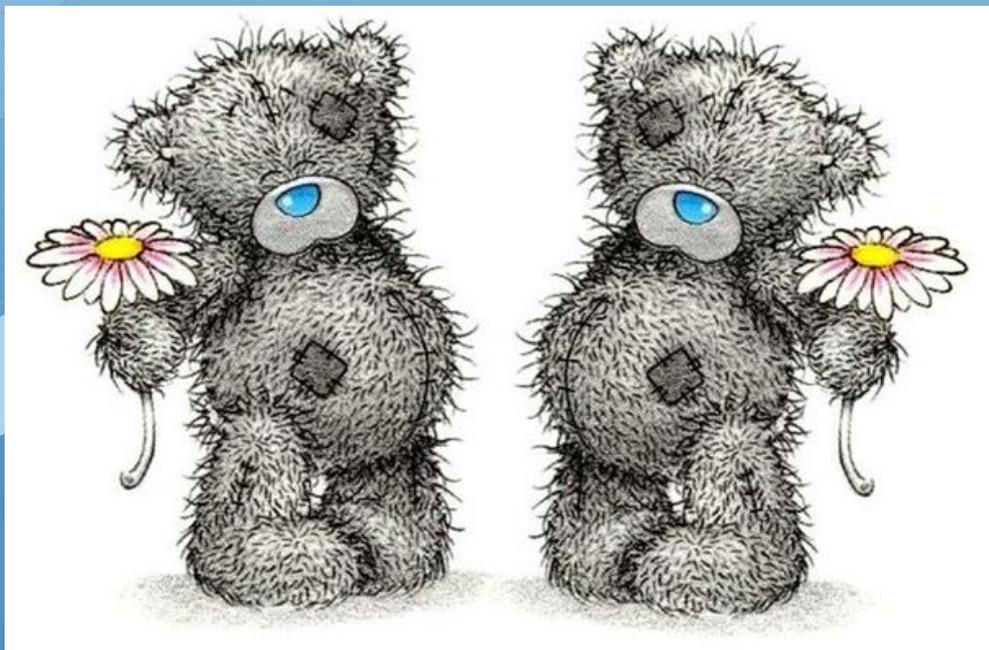
- Производитель товаров для детей Gerber начал продавать детское питание в Африке. На коробке был изображён улыбающийся младенец. Позже маркетологи Gerber с удивлением узнали, что из-за того, что в Африке очень много неграмотных, на упаковках местных товаров принято изображать их содержимое. Например, изображение каши помещается на упаковке овсяных хлопьев. Неграмотные африканцы были дезориентированы.
- Фирма "Маттел Тойз Интернейшнл" предпринимала бесплодные усилия в рекламе и сбыте куклы Барби в Японии и, отчаявшись завоевать долю японского рынка, продала лицензию на производство Барби японской фирме. Как оказалось, по мнению японцев, у Барби был слишком большой бюст и слишком длинные ноги. Японская фирма пересмотрела общее исполнение, попутно заменив голубые глаза на карие, и в течение следующих двух лет продала более 2 млн. кукол.
- Pepsi дословно перевела на китайский язык свой главный рекламный девиз: "Живи с поколением Пепси" (Come Alive With the Pepsi Generation), шокировав китайцев. Этот слоган в Поднебесной приобрел неожиданное звучание: "Пепси заставит ваших предков подняться из могил".
- Компания Colgate-Palmolive вывела на французский рынок свою новую зубную пасту Cue. Позже американцы узнали, что именно такое название носит популярный французский порножурнал.

- На Украинском рынке несколько лет назад была представлена минеральная вода «Blue water». В рекламном ролике на фоне стакана с водой , девушка томным голосом несколько раз повторяла по-английски название: «Блю вода» , что на украинском языке звучит как «Рвота». Народ это очень потешало.
- Логотип, абсолютно идентичный логотипу МТС, впервые появился в конце 90-х и принадлежал испанской компании. С той лишь разницей, что вместо МТС на нем было написано "Nuevo duro"» (досл. "крутое яйцо"). Похожий логотип имеет и немецкий производитель текстиля.
- Дореволюционная реклама смирновской водки до сих пор приводится в качестве положительного примера в соответствующих учебных заведениях США. Весь лист газеты, отведенный на рекламу, был чист, и только в углу его была ма-а-аленькая надпись «Смирновская водка в рекламе не нуждается».
- При продвижении шариковых ручек Паркер на рынок Латинской Америки компания Parker Pen хотела использовать слоган «Вас никто не собьет с толку, если у вас есть "Паркер"!». Дословный перевод этой фразы на испанский язык придал слогану несколько другой смысл. По-испански выражение "быть сбитым с толку" звучит так же ,как "забеременеть".

□ Выдающийся английский физик Поль Дирак люто ненавидел рекламу во всех ее проявлениях: одно упоминание о рекламном агентстве или услугах консалтинга вызывало в нем как минимум раздражение или праведный гнев. Это пробудило в нем желание отказаться от Нобелевской премии, которую ему присудили в 1933 году. Церемонию вручения премии он искренне считал ненаучно-маркетинговым проектом и участвовать в подобных рекламных акциях не хотел. И все же Дирак получил Нобелевскую премию. Принять ее его уговорил другой великий физик – Эрнест Резерфорд, который к рекламе относился ничуть не лучше. А убедил он Дирака взять премию очень просто: «Отказ от Нобелевской премии – гораздо большая реклама», – объяснил он коллеге.

- Рекламная кампания зубной пасты "Pepsodent" в Юго-Восточной Азии с треском провалилась именно потому, что реклама обещала людям сделать их зубы белоснежными. В культуре этих стран символом престижа считаются жёлтые и чёрные зубы.
- В Саудовской Аравии запрещена реклама с участием женщин, а мужчинами могут быть только арабы.
- Американская корпорация «Эксон» затратила много денег на маркетинговые и статистические исследования рынка бензина в Японии, чтобы понять причину провала её бензина марки «Энко». Затем был проведён экспертный опрос, в котором первый же респондент-японец сообщил, что "енсо" по-японски — «заглохший автомобиль».

В 1902 году, предоставив свое имя для новой детской игрушки-плюшевого мишки, двадцать шестой президент Соединенных Штатов **Теодор Рузвельт** невольно стал одним из создателей игрушечной индустрии "Teddy-Bears", которая на данный момент является одной из самых коммерчески успешных в мире.



Слово SPAM появилось в 1936 году — под такой маркой американская компания выпустила острые мясные консервы («SPiced hAM»). Чтобы сбыть их запасы не первой свежести после второй мировой войны, была проведена массированная рекламная кампания, ставшая эталоном назойливости.

В 1986 году в конференциях Usenet появилось множество одинаковых сообщений от некоего Дэйва Родеса, который рекламировал новую финансовую пирамиду.

Кто-то провёл аналогию между такой рассылкой и консервами, и с тех пор слово «спам» закрепилось в новом значении.

- 30-метровая интерактивная неоновая рекламная вывеска Coca-Cola была установлена в центре Лондона на знаменитом углу Пикадилли Циркус. До этого здесь также висела реклама Coca-Cola, но размером в 3 раза меньше. На электронном щите на фоне фирменных цветов и надписи Coca-Cola появляется приветствие "Hello, London".
- Самая большая реклама с искусственной подсветкой имеет размеры 60x20 м. Ее освещает 62400 металлогалогенных прожектора. Реклама установлена израильской компанией «Абуди сайнз индастри».
- Самая большая световая реклама покрывала площадь в 5033 кв. м., была построена 18 декабря 1999 г. на острове Цинг И в Гонконге и содержала более чем 800 000 лампочек.
- Самое большое в мире движущееся изображение расположено возле отеля «Серкус-Серкус», Рено, штат Невада, США, и называется «Клоун Топси». Его высота – 38,7м, а вес — более 40 т, в него вмонтировано 2,25 км неоновых труб. Улыбка клоуна достигает 4,26 м в ширину.
- В мае 1986 г. была установлена самая большая неоновая реклама сигарет «Мальборо» в Гунг-Гоме, Коулун, Гонконг. Ее размеры 64x16,7м. В нее вмонтировано 10668м неоновых труб, а вес составляет приблизительно 114,7 т.
- Самый большой рекламный щит в мире был установлен 27 апреля 1989 г. на площади Пласа дэ Торос Монументаль в Барселоне в ходе рекламной компании по продаже «фордов» в Испании. Размеры щита – 145x24 м.

- Самый длинный рекламный щит была сделан перед запуском нового канала «Южноафриканской Радиовещательной корпорации» 11 мая 1998 г. Его длина была 268,25 м, а покрываемая площадь 1072,19 кв. м. Она была установлена на поезде, путешествующем между городами в районе Гаутэнг.
- Самый большой рекламный знак был создан компанией «Ситроен» и установлен на Эйфелевой башне в Париже. Его включили впервые 4 июля 1925 г., и он был виден на расстоянии 38 км. Знак светился 6 цветами. Для подключения 250 тыс. ламп потребовалось 90 км провода. Высота буквы "N", на которую заканчивается название фирмы, составляло 20,8 м. Рекламу убрали только через 11 лет.
- Самое дорогое объявление было помещено 5 февраля 1979 г. в журнале «Тайм» (в американских и зарубежных изданиях) и обошлось компании «Голф энд уэстерн исландз» в 3,2 млн. долл.
- Самая большая сумма за разовую рекламу в периодическом издании (журнал «Тайм» от 7 ноября 1988 г.) – 3 851 684 долл. — была выплачена компанией «Уолт Дисней продакшнз» по случаю 60-летия Микки Мауса.

- Большинство наручных часов на рекламе показывает 10.10., так как стрелки часов обрамляют название бренда на циферблате в виде улыбки.
- Американская ассоциация психологов утверждает, что большинство детей не может критически относиться к рекламе, так как они свято доверяют ей.
- Компании, производящие фаст-фуд в США тратят в среднем 1.6 миллиарда долларов на рекламу.
- Реклама очень часто направлена на детское самолюбие. Более половины опрошенных детей ответили, что когда им купили определенные рекламируемые вещи, они стали ценить себя намного выше.
- В рекламе для детей обычно участвуют дети-актеры старше, чем целевая аудитория. Например, в рекламе для 8 и 10летних детей участвуют 11 или 12летние модели с игрушками для 8летних. Рекламодатели используют образ старшего ребенка как идеал, к которому должны стремиться младшие.



IWC  
Try it here!  
The Big Pilot's Watch.

IWC  
Try it here!  
The Big Pilot's Watch.



Termites eat  
24 hours a day.

**TERMINIX**





seen on  
[www.boredpanda.com](http://www.boredpanda.com)



[www.advertiser.ru](http://www.advertiser.ru)





**Мороженое** никогда не снимают вживую, под софитами оно моментально тает — это всегда пластиковая, силиконовая или гелевая масса. Ей придают нужный цвет, фактуру, делают шарик пористым и шероховатым. Безупречных вафельных рожков тоже не найти — везде или кусочек оторван, или цвет неровный, так что приходится их тоже лепить. А чтобы с мороженого не стекало варенье или мед, прокладывается тонкий слой полиэтилена.



OTVETNIK

Супы. Для рекламы супов в пакетиках варят настоящий суп. Но если просто налить его в тарелку и сфотографировать, не будет ничего видно, все ингредиенты утонут.

Поэтому на дно кладется слой прозрачного желатина, сверху наливается бульон или обычная вода, а потом уже аккуратно выкладывается капуста, слегка обжаренная ветчина, маслины, петрушка и овощи. Главное — создать впечатление богатого набора витаминов.



OTVAAL.RU





**3M** Security Glass

УГНАЛИ?



НАДО БЫЛО СТАВИТЬ **CLIFFORD** т. 273 2222

WORLD-CLASS AUTO SECURITY™

**БЛАГОТВОРИТЕЛЬ**  
**КОТОВ**  
круглосуточно!  
**46-04-54**



Поиск трубки

Громкая связь

Клас

скидка 50%

~~399~~

799 ₴

ua  
prikol.i.ua