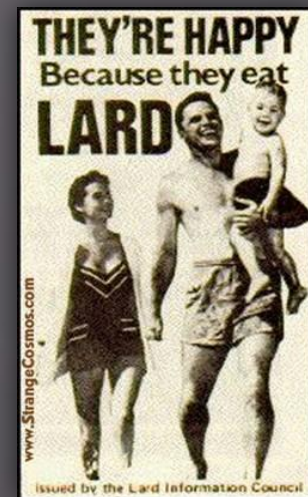


Жарнам
а



Жарнама, реклама (франц. *reclame*, лат. *reclamo* — жар саламын) — тауарлардың, қызмет көрсетудің тұтынушылық қасиеті туралы ақпарат беру және оған деген сұранысты көбейту мақсатында таратылатын хабарлама; белгілі бір адамдар, ұйымдар, әдебиет пен өнер шығармалары туралы хабар таратып, оларды әйгілеу.



Жарнама дегеніміз – қаржыландыру көзі анық көрсетілген, БАҚ арқылы жүзеге асатын, жеке көрсетілмейтін, тауар мен қызметті жылжыту нысаны.



Жарнама сұраныс пен ұсынысты
қалыптастыруға, бәсекенің пайда болуына,
инвестиция табуға, өткізу нарығының
кеңеюіне, осыған байланысты жалпы
экономиканың және оның әр түрлі
саласының дамуына әсерін тигізеді

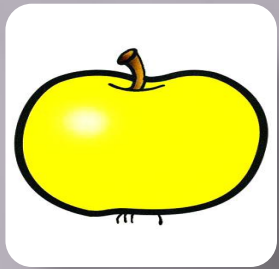


Жарнаманың негізгі мақсаты

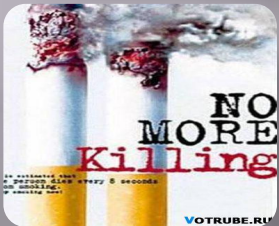
- потенциалды сатып алушының зейінін аудару; өнімдердің өсуіне немесе сатылуына барлық жағдайлар жасау;
- өнімдердің өтуін сақтау;
- тұтынушылар алдында, фирманың атын, беделін немесе өнімдерін тануға, сол тауарларға қалыптасқан пікірлерді нығайту;
- сатып алушыға тауарды игергеннен кейін алатын тиімділігін көрсету (қызметтері);
- сатып алушыға тауарды қосымша зерттеу үшін мүмкіндіктерді ұсыну;
- тұтынушыға тауар немесе қызмет туралы белгілі бір деңгейде білімді қалыптастыру;
- фирманың жағымды бейнесін құру – оған өндірушінің немесе сатушының, сонымен қатар, тұтынушылардағы және іс серіктестерінің саудалық немесе өндірістік маркаларын құру жатады;
- тұтынушыға фирма және оның тауарлары жайлы еске салып отыру.



Жарнама түрлері



Коммерциялық
жарнама



Әлеуметтік жарнама



Саяси
жарнама

тележарнама

- Ең танымал түрлері: телеролик, телехабарландыру, жарнамалық бағдарламалар, бағдарлама арасындағы телезаставкалар.,

радиожарнама

- негізгі түрлері — радиохабарландырулар, радиожурналдар, радиорепортаждар, радиороликтер.

баспасөз жарнама

- Бұл — хабарландыру және шолу-жарнама жарияланымдары сипатында баспасөзде жарияланған әр түрлі жарнамалық материалдар (мақалалар, репортаж, шолу т.б.,)

Интернет арқылы жарнама. Өзінің жеделдігіне, қайталануына және таратылуының ауқымдылығына байланысты баспасөздегі жарнаманың ең тиімді құралы болып табылады

Көліктегі жарнама. Бұл — автобус, троллейбус және тағы басқа көлік түріне орналастырылатын жарнамалық мәліметтер, хабарландырулар

Тікелей пошталық жарнама — жарнамалық хабарларды тұтынушы мекен – жайына жарнама хаттар немесе хабарландыру – ақпараттық материалдардың басылымдары ретінде жіберу

Жарнама сувенирлері — фирма қызметін таныту үшін қолданылатын фирмалық сувенирлер, сериялық сувенирлік заттар, сыйлықтар, фирмалық орамалар

Компьютерлендірілген жарнама. Жарнаманың бұл түрі шетелде жақсы дамыған. Ол компьютерлендірілген ақпарат және кабельді теледидар арқылы жүргізілетін жарнама (бейне – теле каталогтар бойынша сауда.

Контржарнама — кездейсоқ түскен имиджді қалпына келтіру. Контржарнама мінетті түрде уақытылы берілуі керек.

Антижарнама — яғни имиджді төмендету. Оның мақсаты — егер фирма тұтынушыларды қанағаттандыра алмаған жағдайда, тұтынушылар ағымын азайту. Бұл жағдайда тұтынушыларға бар мәселелерді түсіндіру қажет.

НАЗАРЛАРЫҢЫЗҒА РАҚМЕТ

