**Тема: Реклама.**

*Мета реклами полягає не в*

*тому, щоб розважати*

*глядача, а в тому, щоб*

*продавати йому товар.*

*Девід Огілві*

**Реклама -** це інформація, поширювана в будь-якій формі за допомогою будь-яких правомірних або неправомірних засобів про фірму, бренд, товар, послугу і т.д.

 Залежно від джерела реклама може мати різні форми: усну, письмову, аудіовізуальну, графічну. Реклама існує у вигляді рекламного повідомлення, ролика чи замовного фільму. Реклама є системою заходів цілеспрямованого впливу на споживачів, що формує та регулює рух товару на ринку. Реклама з’являється там, де є обмін товарами, де є конкуренція і де кожний товаровиробник бореться за свого покупця й шукає свою нішу на ринку.

Друковані медіа отримують кошти від рекламодавців за розміщення реклами товарів, послуг і можливостей, які пропонують певні організації чи люди. Реклама спрямована привернути увагу потенційного покупця, вплинути на його свідомість і сформувати в нього бажання купити чи скористатися товаром або послугою. Будь-який тип реклами використовує різноманітні психологічні способи, щоб вплинути на споживача. Так чи інакше, реклама намагається об’єднати уявлення про певний продукт із нашими глибинними й найосновнішими потребами. Девіз рекламістів говорить: «Люди не знають, чого хочуть доти, поки їм це не запропонують ». Найчастіше психологічні методи впливу суперечать етичним нормам, примушують купувати товар і формують помилкові цінності.

**Рекламні ходи:**

* Подарунки
* Лотерея
* Клуби за інтересами
* Участь у ярмарках, виставках
* Реклама бренду через підтримку відомих команд спорту та шоубізнесу.

**Сучасні види реклами**

* ***Комерційна*** (спонсорство, просування відомих брендів, та інша сучасна реклама, яка зачіпає просування товарів фірм замовників реклами).
* ***соціальна*** (зачіпає благодійність, і інші види некомерційної діяльності)
* ***політична*** (яка зачіпає інтереси політиків у зміцненні свого становища в суспільстві)
* ***приватні оголошення*** (не пов'язані з підприємницькою діяльністю)

**Фунукції реклами:**

* **Економічна** - реклама стимулює збут товару і сприяє зростанню прибутку, прискоренню процесу купівлі-продажу;
* **Освітня** (інформаційна) функція - реклама виступає як засіб навчання: споживач не тільки дізнається про товари і послуги, але і відкриває для себе способи вдосконалення життя;
* **Комунікативна -** за допомогою опитувань і анкет, аналізу ринкових процесів і внутрішньофірмових досліджень підтримується зворотний зв'язок фірми (підприємства) з ринком і споживачем;
* **Контролююча** - контролює процеси формування переваг груп споживачів щодо різних товарів;
* **Стимулююча функція** - нагадування, спонукання до покупки, встановлення контактів

**Класифікація реклами:**

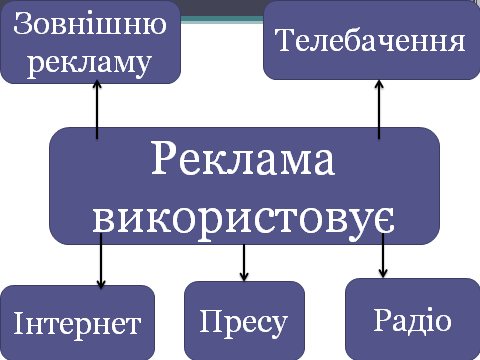
1. У залежності від об'єкта

* Реклама для покупців
* Реклама для покупців товарів виробничо-технічного призначення;
* Змішана реклама.

1. У залежності від замовника:

* Реклама підприємств-виробників;
* Реклама підприємств оптової торгівлі;
* Реклама підприємств роздрібної торгівлі.





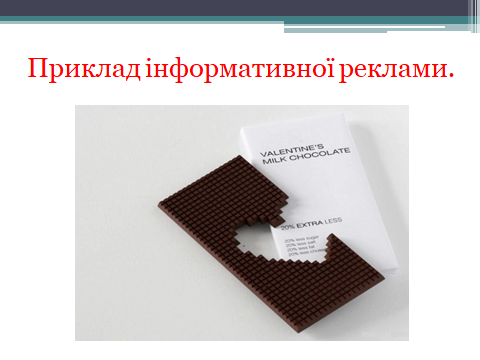
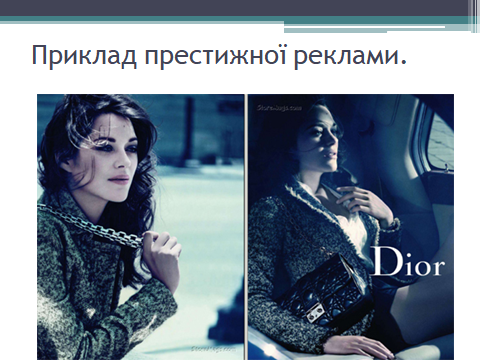
***Особливості реклами алкогольних напоїв та тютюнових виробів У рекламі цих товарів заборонено*** використовувати фотомоделей, осіб вікомдо 18 років, лікарів і акторів, зовнішнійвигляд яких імітує зовнішній вигляд лікарів,відомих людей, які прямо чи опосередкованосхвалюють паління і вживання алкоголю, пивата напоїв, що виготовляються на його основі.Сама реклама не повинна містити зображенняпроцесу паління або споживання алкоголю.Порушення будь-якого з описаних вищепринципів карається законом.

***Переваги реклами:***

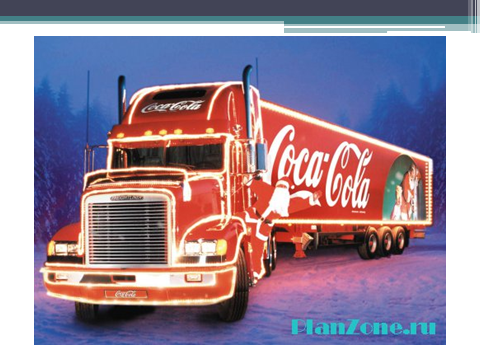
* можливість залучення великої аудиторії;
* низька вартість одного рекламного контакту;
* у наявності мається велика кількість різних ЗМІ і можна вибрати найбільш придатні для цільових сегментів;
* можливість контролювати зміст повідомлення, його оформлення, час виходу;
* можливість змінювати повідомлення залежно від реакції цільового сегмента;
* висока ймовірність того, що рекламне повідомлення дійде до потенційного споживача;
* імовірність того, що покупець прийде до рішення про покупку до контакту безпосередньо з продавцем.

***Недоліки реклами:***

* рекламне повідомлення є стандартним, негнучким;
* немає можливості зосередитися на індивідуальних потребах клієнта;
* рекламне повідомлення є коротким;
* деякі види реклами вимагають великих інвестицій;
* у ряді випадків необхідно довго чекати розміщення рекламного повідомлення.







**Домашнє завдання:**

1. Як ви вважаєте, чи має закон регулювати показ реклами?
2. Які види товарів не варто рекламувати?
3. Наведіть аргументи, які підкреслюють, що реклама — це негатив або позитив.