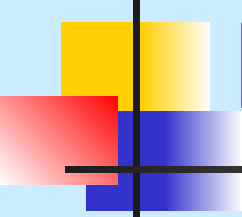


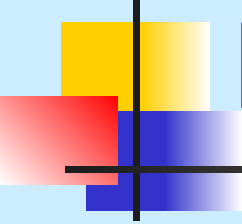
«Маркетинг – философия бизнеса»





Проверка ДЗ

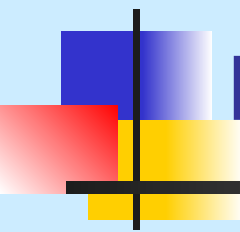
- Ваша реклама?



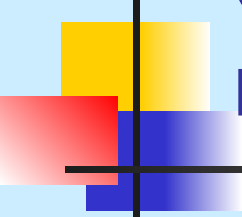
Повторение

- Реклама это?
- Пять «М» рекламы?
- Цели рекламы?
- Правила рекламы?
- Способы распространения рекламы?

Фирменный стиль предприятия



1. Определение
2. Основные элементы фирменного стиля
3. Схема



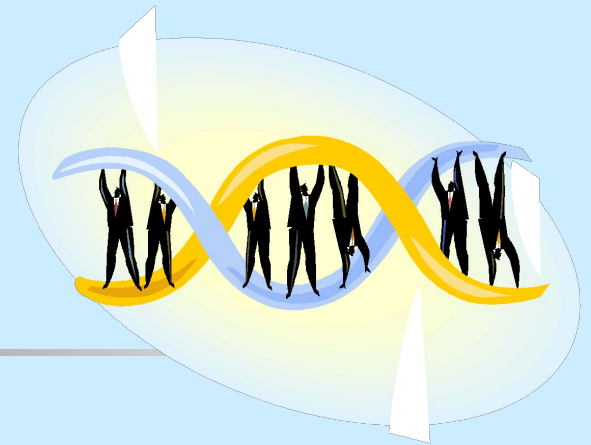
Основное средство формирования имиджа – **фирменный стиль**.

Начинай рекламу с создания имиджа предприятия (благоприятного образа) и его поддержание.

Фирменный стиль - набор цветовых, графических, словесных, дизайнерских, типографических постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное (зрительное) и смысловое единство товаров, всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления.



Фирменный стиль предприятия.

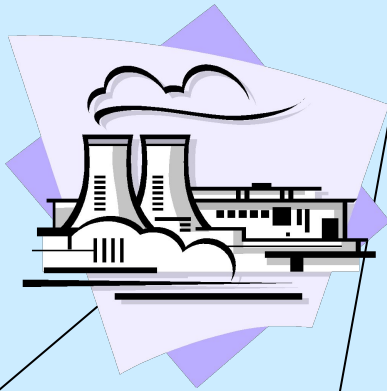


Основные элементы фирменного стиля:

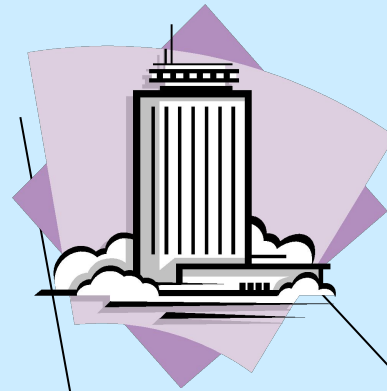
- - фирменное наименование (словесный товарный знак);
- - товарный знак;
- - слоган (постоянный рекламный девиз);
- - фирменные бланки;
- - визитные карточки;
- - ценники и ярлыки;
- - листовки (плакаты);
- - упаковки и сувениры (упаковочная бумага, сумка-пакет, липкая аппликация, вымпелы и т.п.).

Возможно продолжение этого списка.

Фирменный стиль предприятия



**Улучшает отношение
потребителя к
предприятию**



**Резко повышает
эффективность рекламы и
экономит деньги**

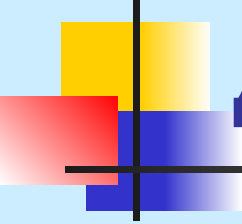
**Воспринимается, как
гарантия качества товара
(услуги)**

**Помогает закрепить
желательные
потребительские
предпочтения**

«Круглый» стол



1. Определение
2. Основные элементы фирменного стиля
3. Схема



Домашнее задание

- Проанализировать стиль любого предприятия