



Введение в рекламу и СО

Основные виды рекламы, их характеристика

- 1. Классификация рекламы по различным параметрам: типу целевой аудитории, охватываемой территории, средствам передачи, функциям и целям и т.п.
- 2. Виды рекламы.
- 3. Характеристика рекламы по виду распространения.
- 4. Преимущества и недостатки различных рекламоносителей.

Основные виды рекламы, их характеристика

- Классификация рекламы
- = По составу целевой аудитории —
сильно-, средне- и слабосегментированная.
- = По целевому воздействию —
*коммерческая (товарно-сервисная) и
некоммерческая (политическая и
социальная).*

Основные виды рекламы, их характеристика

- = По широте распространения — *глобальная, общенациональная, региональная, местная.*
- = По способу (средству) передачи — *печатная, электронная, внешняя (наружная).*
- = По способу исполнения — *текстовая, визуальная, текстово-визуальная.*
- = По методу воздействия — *прямая и косвенная.*

Основные виды рекламы, их характеристика

- Основные типы рекламы
 - реклама торговой марки;
 - торгово-розничная реклама;
 - политическая реклама;
 - адресно-справочная реклама;
 - реклама с обратной связью (директ-маркетинг);
 - корпоративная реклама;
 - бизнес-реклама;
 - общественная реклама.

Основные виды связей с общественностью, их характеристика

- Основные направления в сфере связей с общественностью.
- Краткая характеристика каждого из направлений: медиарилейшнз; управление корпоративным имиджем; работа по связям с государственными учреждениями и общественными организациями (джиар); создание благоприятного имиджа личности (имиджмейкинг); управление персоналом (эйчар); общественная экспертиза; взаимоотношения с инвесторами; взаимоотношения с потребителями товаров и услуг; проведение специальных мероприятий; антикризисный менеджмент.
- Основные сферы применения СО.

Основные виды связей с общественностью, их характеристика

- = government relations (GR) – работа по связям с государственными учреждениями
- = image making – создание благоприятного образа личности
- = corporate affairs – управление корпоративным имиджем

Основные виды связей с общественностью, их характеристика

- = media relations – построение отношений со СМИ
- = employee communication – создание хороших отношений с персоналом, закрепление кадров
- = public involvement – работа с общественными организациями, стратегии вовлечения

Основные виды связей с общественностью, их характеристика

- = investor relations – взаимоотношения с инвесторами
- = consumer relations – отношения с потребителями товаров или услуг
- = special events – проведение специальных мобилизационных (конкурсы, чемпионаты, лотереи) и презентационных мероприятий

Основные виды связей с общественностью, их характеристика

- = **crisis management** – управление кризисными ситуациями
- = **message management** – управление процессом адекватного восприятия аудиторией сообщений