Реклама в СМИ: телевизионная реклама

Выполнила студентка группы 195
Безрукова Н.

Типы рекламы на ТВ

- **Реклама «прямого типа».** Это – озвученные видеоролики, которые транслируются в паузах.
- **Спонсорская реклама.** Информация о компании-спонсоре подается бегущей строкой/размещается логотип (например, на щите студии за спиной ведущего)/в ходе передачи неоднократно упоминается бренд;
- **Product placement**. Использование продукции или услуг непосредственно в передаче или фильме (часто называют скрытой рекламой);
- **Телевизионные заставки.** Неподвижное изображение без звука, которое появляется на непродолжительное время;
- **Репортаж/интервью**;
- **Самостоятельная передача** (VIP-продукт).

Преимущества	Недостатки
Одновременное визуальное и звуковое воздействие	Высокая стоимость изготовления телевизионного рекламного ролика
Обеспечение высокой степени вовлеченности телезрителя в происходящее на экране	Возможность одновременного просмотра рекламы зрителем только на одном канале
Разнообразные тематические программы делают возможным выбор целевой аудитории	Короткое время передачи рекламного сообщения по сравнению с другими КРР
Сильное психологическое воздействие (из-за личностного характера обращения к телезрителю) делает рекламное обращение близким по эффективности к личным продажам	Устойчиво негативное отношение со стороны зрителей к прерыванию программ на рекламные паузы
Относительно низкие удельные затраты на один рекламный контакт из-за охвата огромной аудитории	По стоимости размещения рекламы телевидение относится к наиболее дорогим каналам распространения
Контроль за временем общения потребителя с рекламным обращением	
Возможность заказывать товар, не отходя от экранов	

Классификация рекламных роликов

I. **По техническому исполнению:** *игровые, натурные, анимационные, графические*.
II. **По типу сюжета:** *описательные, сентиментальные, парадоксальные, шоковые*.
III. **По продолжительности трансляции:** *блиц-ролики (5-10 с), развернутые (30-60 с), рекламно-информационные (до нескольких минут)*.

Стоимость размещения рекламы на телевидении зависит от выбранного типа, продолжительности, телеканала, рейтинга передачи и времени трансляции.