

РЕКЛАМ

А

ДВИГАТЕЛЬ ТОРГОВЛИ

Реклама — процесс донесения информации от рекламодателя до целевой аудитории посредством медиа-каналов или иными способами.



**Цель рекламы — донесение информации от рекламодателя до целевой аудитории.**

**Задача рекламы — побудить покупателей к действию (выбору товара или услуги, осуществлению покупки и так далее).**





*Вариант реконструкции хлебной лавки в античном городе Помпеи.  
Между колоннами вариант албит — специально выделенного  
места для письменных объявлений жителей города и окрестностей*

# Изобразительная и письменная реклама позднего Средневековья

Одной из форм проявления такой «чрезмерной визуальности» стали красочные живописные вывески. французский исследователь творчества Вийона пишет:

*«Вывески, эти наивные картинки, вырезанные из крашеного дерева или позлащенного полотна, занимают существенное место в социальном облике средневековья. ...Они давали имя дому, служили рекламой лавочек..*

*В городском лабиринте, где названия улиц никак не обозначены и где у домов нет номеров, вывески — главный ориентир в городской жизни».*



*Средневековая предметная вывеска  
виноторгового заведения*



Gürtelmacher





Furtner Hanisch

seit 1855

Hotel  
Goldener  
Hirsch

Kupferschmiede-uhren

STASSNY

SPIRITUOSE

STENDERS

IRE

Dantendorfer

ERBEN  
EAU  
DE  
VIE

BRUNNEN



BRUNNEN

BRUNNEN

BRUNNEN



Cafe



# Истоки устного рекламирования

Институциональная реклама на Руси исполнялась царскими глашатаями — вестниками.

О деятельности царских глашатаев в Москве документально известно с XV века, когда стало обыкновением провозглашать правительственные указы с Красного крыльца кремлевских хором на площади Ивановской. Отсюда поговорка «кричать во всю Ивановскую».

Эти крики с трудом пересиливали «торговые шумы», раздававшиеся от лавок и палаток около кремлевских стен.



*Московский сбитеничник и ходебщик, продающий лубки*

# Виды ярмарочной рекламы

Устная реклама разносчиков, бродячих ремесленников фокусников, и артистов, многоречивые приемы профессиональных зазывал взаимобогащаются в ярмарочном фольклорном словотворчестве, формируют новые варианты устной рекламы.

Таков, в первую очередь, речитативный уговор. Он складывается вокруг повсеместной ярмарочной потехи — райка. Это — вариант «зрелищной шарманки» — ящик, на задней внутренней стенке которого передвигалась лента соединенных в серии лубочных картинок.

Раешник вращал ручку, картинки сменяли друг друга, а зритель наблюдал за движущимися изображениями в специально устроенное отверстие. При желании в райке можно обнаружить далекий прообраз будущего кинематографа.



*Раяк — популярное развлечение  
российских ярмарок*



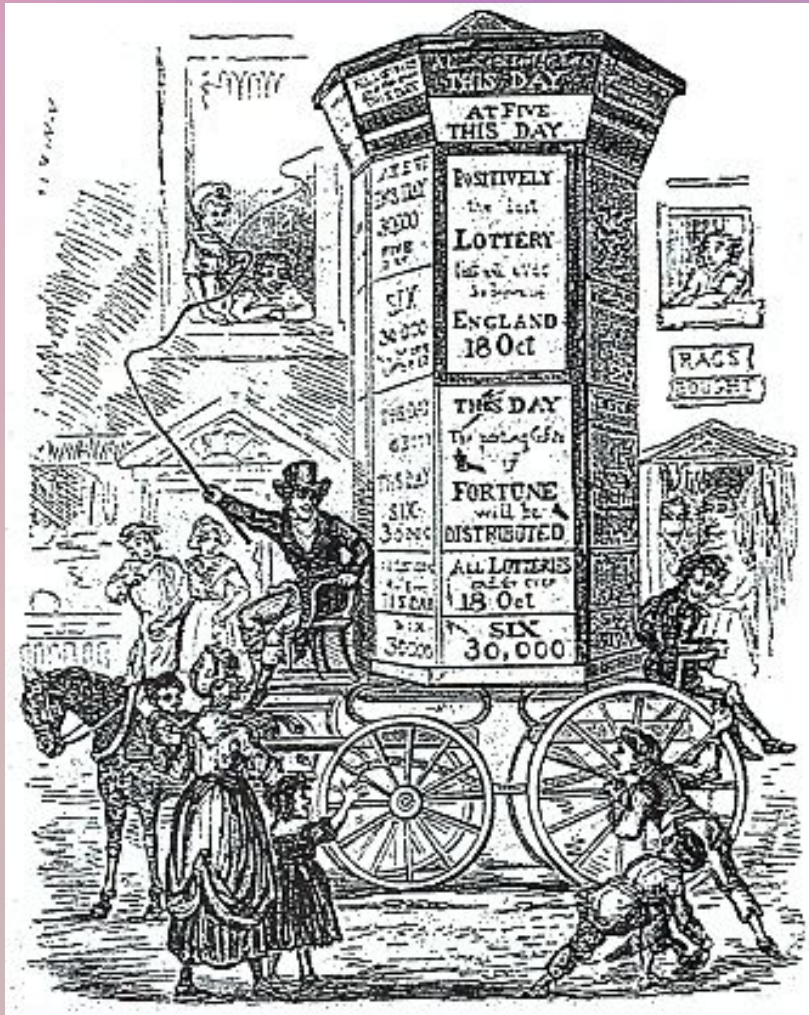
ДЕНКОЕ УЕЛЧАНДИ  
УОФ ПРЕНОВАЛЕТИ



АВЕРИ



# Подвижные рекламные приспособления



На страницах «Illustrated London News» примечательна гравюра, запечатлевающая людей - «сэндвичей», которые появлялись на улицах английской столицы в самом начале XIX века.

Диккенс назвал это явление «куском человечины между двумя ломтями рекламного теста».

*Передвижная рекламная установка, настигавшая горожан на улицах Лондона в 20-е годы XIX века*

Швейная мастерская  
**«МОДЕЛЬЕССА».**



Изготовление под заказ:  
свадебных, балльных и нарядных  
вечерних платьев для дам  
и шеголевских костюмов для их кавалеров.  
Увидев вас в наряде от «Модельессы»,  
модники и модницы из Парижа  
сдадут свои шляпы.  
Ослышайте и удивляйте других!

Радуйте себя!

ФОТОГРАФ  
**Л. Васина.**

Специалист по техническим и  
художественным снимкам  
на выезд.

Работаеть  
въ Кубанской области.



Автомобильная мастерская  
**Серикова А. П.**

Ремонтъ и обслуживание автомобилей  
всѣхъ марокъ.

Вашъ автомобиль будетъ  
лучше, чѣмъ новый!



Принимается  
подписка!

на готовящуюся въ издательствѣ  
издательского товарищества С. Ефрема

**ДРЕВНЯЯ НОЧЬ ВСЕЛЕННОЙ  
ИЛИ СТРАНСТВУЮЩИЙ СЪВПЕЦЪ**  
въ 4 книжкахъ.

Издатель — проф. О. Морозъ.

Возможна подписка отъ 1 экз.  
Цѣна экземпляра по подпискѣ — 420 рубль,  
(безъ подписки по выходѣ книги — 480 рубль).

Имена особы, подписавшихся до и во время  
печатанія книги, будутъ упомянуты  
въ семь изданій.

Подписка принимается въ редакціи  
«Екатеринодарскихъ издательствъ».

Всегда въ продажѣ  
**ДУШНІСТЫЙ И ЦѢЛБІВНЫЙ МЕДЪ**  
съ личной пасѣкой опытнаго пчеловода  
В. Кухаренка.  
А также: изготовленіе ульевъ,  
продажа пчелиныхъ семействъ,  
консультации по разведенію и уходу.

Поступила въ продажу  
въ **Екатеринодарѣ**  
первая книга серіи

«Патристика. Тексты и переводы»

**«О ТРОИЦѢ»**

Августина Аврелина.

Переводъ съ латинскаго языка,  
вступительная статья и приложения

проф.  
А. Тащиана.

Готовится  
къ выпуску!

сборникъ романовъ  
младого и талантливаго писателя

**В. Афанасьева.**

Въ сборникъ войдутъ  
три первыхъ тома  
2-томной серіи  
«Люди города»:

«Астрологическій судъ»,  
«Базаръ: челоуѣкъ-ошибка»,  
«Салеры: душеприказники».

Покупайте  
въ книжныхъ магазинахъ  
Екатеринодара  
осенью 2013 года!

Читайте!  
**Екатеринодарскій  
литературный  
журналъ  
«НОВЫЙ КАРТАГЕНЬ».**

Издатель и главный  
редакторъ

**В. Симановичъ.**

Постоянные сотрудники  
«Нового Картагена»:  
«Проза», «Поэзія», «Переводы»,  
«Драматургія», «Юморъ и сатира».

Читайте!



**Наружная реклама в  
XIX веке**



Афишные тумбы на улицах города



# РЫСИСТЫЕ БѢГА

НА ХОДЫНСКОМЪ ПОЛѢ



# COURSES AU TROT

SUR LE CHAMP DE HODINKA

1896.

6<sup>й</sup> ДЕНЬ **16 МАЯ**

7 ПРИЗОВЪ НА СУММУ  
в 23,000 р.

6<sup>ME</sup> JOURNÉE **16 MAI**

7 PRIX POUR LA SOMME  
в 23,000 р.



ЦѢНЫ МѢСТАМЪ ВНУТРИ КРУГА  
 ЗИПАНЪ ПАРНЫЙ ... 5 РУБ.  
 ... ОДИНОЧНЫЙ ... 3 ..  
 ПОШЕ ... 1 ..

Таша Лопухина, Р. В. КИРЯКА.



23. Неизвестный художник  
Страховое общество «Россия»... 1903

# ТАПЪ

ТЪ АВТОМОБИЛЬНОГО  
- ПЕРЕДВИЖЕНІЯ -

◆ ПРОВАТЪ ◆

АВТОМОБИЛЕЙ КАРЕТЪ

- И -

ОТКРЫТЫХЪ ЭКИПАЖЕЙ

СЪ ТАКСОМЕТРОМЪ И ПО СОГЛАШЕНІЮ.

ТЕЛЕФ: № 170-73.  
156-30.



И. Г. Г.

Торговый Складъ Автомобилей  
Пулковскіе В. Дуровскіе 5!

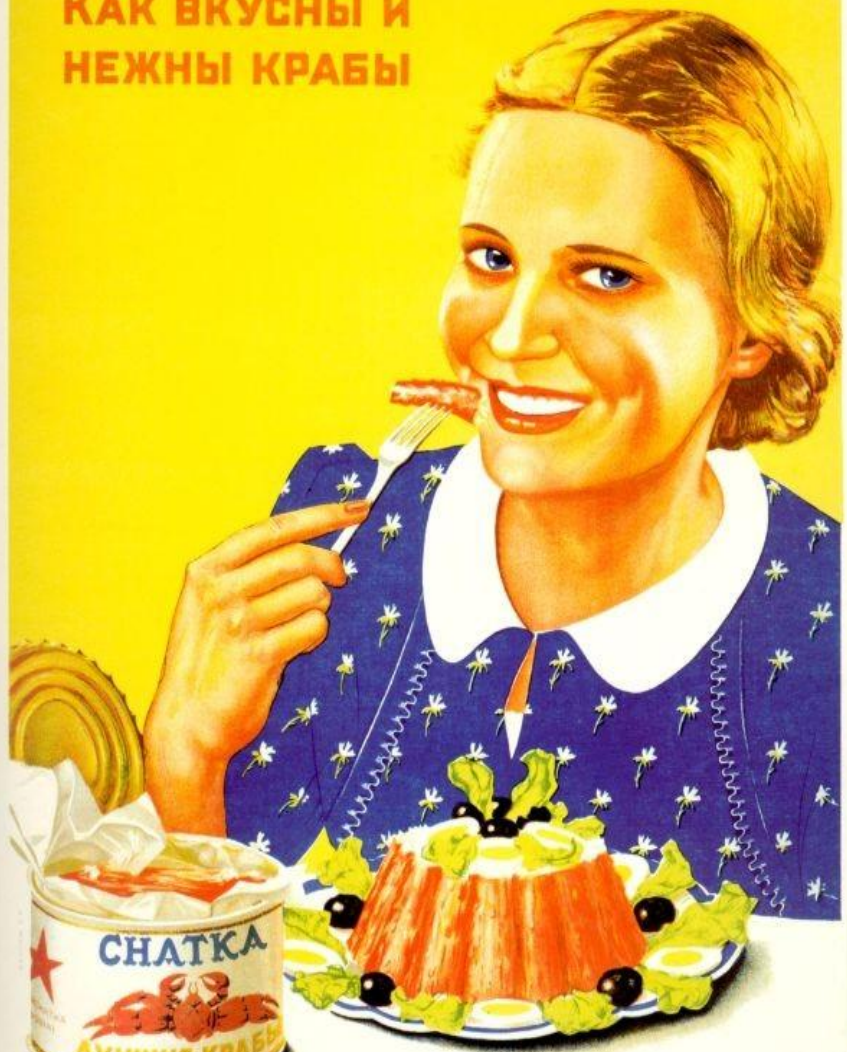


Дизайн: автор: Милос, (1903 г.)

© 1903 г. А. С. СЕРГЕЕВЪ И П. М. МАСЛОВЪ

7. Неизвестный художник  
Чай Сергея Александровича Спорова... 1903

**Всем попробовать пора бы  
Как вкусны и  
нежны крабы**



**НАРКОМПИЩЕПРОМ СССР**  
**ГЛАВРЫБА**

МИНИСТЕРСТВО МЯСНОЙ И МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РСФСР

**РОСГЛАВМЯСО**



**ПЕЛЬМЕНИ**  
**СИБИРСКИЕ, МЯСНЫЕ**

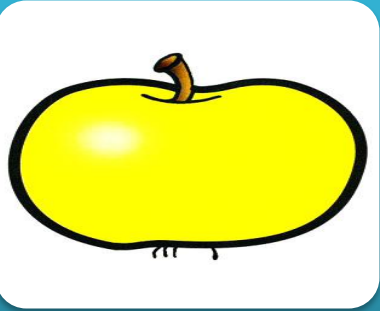


**ОБСЛУЖИМ КУЛЬТУРНО КАЖДОГО ПОСЕТИТЕЛЯ!**

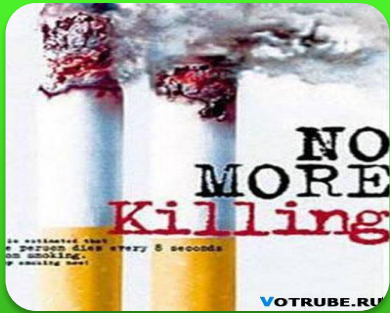
# Виды рекламы



# Виды рекламы:



Коммерческая  
реклама



Социальная реклама



Политическая  
реклама



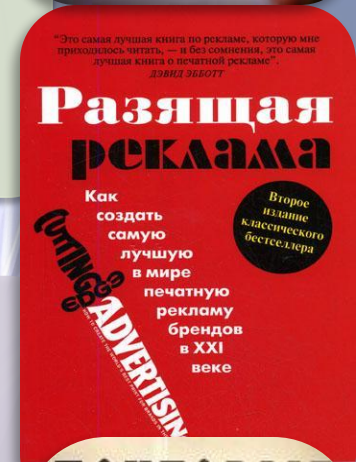
# По месту и способу размещения

телевизионная

я

радиореклама

печатная



## Троллы (от англ. *troll*)

- двусторонние рекламные конструкции, горизонтально расположенные над проезжей частью на вертикальных опорах, оборудованы подсветкой изнутри, за счёт чего очень эффективны в тёмное время суток. Подсветка обычно осуществляется люминесцентными светильниками.

## Биллборды (от англ. *bill board*)

- отдельные щиты с рекламными плакатами 3×6 м, 4×8 м.

## Сити лайт (от англ. *citylight*)

- тротуарное панно. Конструкция, устанавливаемая на тротуарах и вдоль проезжей части. Снабжена подсветкой.

## Брэндмауэр (от англ. *brandmower*)

- огромный плакат или щит на стене здания

## Стритлайн (от англ. *streetline*), шалаш

- выносная складная конструкция с информацией на одной или двух рекламных поверхностях. Изготавливается из металла или пластика. Типичный размер: 1,35 × 0,6 м, форма рекламного поля — арка или прямоугольник. Устанавливается на тротуаре.

## Бизнес-карты (от англ. *business cards*)

- чаще всего, конструкция из металла или пластика в виде панно. Содержит определенное количество ячеек, в которых располагается печатная рекламная продукция в формате 5×9 см. Применяется в торговых центрах, в кинотеатрах, в розничных сетях.

## Призматрон

- рекламоноситель, рекламная поверхность которого состоит из трехгранных призм. Через заданный промежуток времени призмы поворачиваются вокруг своей оси, демонстрируя по очереди каждую из трех граней. Таким образом, одновременно можно разместить три разных сюжета.



Тролл

**ПОЛНОСТЬЮ**  
**готовый продукт**

Убедитесь, что мы лучше!  
*Таблица*

**BERLONI**



Надежное  
Качество!



**ЭЛЕКТРОАРСЕНАЛ**

ВСЕ ДЛЯ ОСВЕЩЕНИЯ И ЭЛЕКТРОМОНТАЖА



**СКИДКИ**

Билборд

д

iPhone 3G

20%  
скидка  
на связь

iPhone.mts.ru / 8-800-333-0890

Скидка 20% предоставляется в рамках программы  
"Программа лояльности клиентов"

MTS

Ситилайт

КАРАМЭ ДЕТСКИЙ  
УНИВЕРСАЛ

УНИВЕРМАГ

СКИДЫ  
НА ВСЕ  
МЕСТА

4x4 ДЛЯ ВСЕХ

RENAULT DUSTER

DRIVE THE CHANGE

Брэндмау  
ер



Альдовниковий  
**ПЕРІОД 4**  
КОНТИНЕНТАЛЬНИЙ ДРЕЙФ  
— 3D  
У КІНО з 12 ЛІПНЯ

www.iceage.com

ІНТЕР





# Ralf®

R I N G E R

когда нигде не жмёт

ОТКРЫЛСЯ НОВЫЙ МАГАЗИН



ТРК "ВОЯЖ" 2 этаж м. ОЗЕРКИ

БОЛЕЕ 100 МОДЕЛЕЙ  
2009-2010



онлайнфото

- фото
- видео
- аксессуары
- периферия



МАГАЗИН ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ  
"ПЕПТИ"

ШКОЛЬНАЯ ФОРМА  
ТРИКОТАЖ  
НАРЯДНАЯ ОДЕЖДА  
КУРТКИ, КОМБИНЕЗОНЫ

для детей от 2-х до 16 лет

ТК "Золотой"  
2 этаж, между 2.09



12:00 - 23:00 Пн - Чт, Вс  
12:00 - 00:30 Пт - Сб

ХАРЬКИН

новое меню  
бизнес ланч 155р  
12:00 - 16:00



ТЦ «Вояж»  
пр. Зоряна 124,  
2 этаж

Стритлайн



**Рекламные  
подарки – бизнес-  
карты**



Sweet of Macaroon

甜度大異於你！





ORIGINAL  
SHOES

ул. ГАСТЕЛЛО, 71

**-50%**  
НА ЛЕТНЮЮ  
КОЛЛЕКЦИЮ



ШУЗЫ РУЛЯТ

ANTENNA

Призматрон

# ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ  
МЕДИАСФЕРА

# Интернет-реклама

- текстовые блоки, баннеры, контекстная реклама, реклама в блогах, реклама на картах

# Транспортная

- реклама на транспорте



# Реклама в кинотеатрах

# Parking-реклама

- при справочном обслуживании



# Прямая почтовая рассылка

# Продакт-плейсмент (от англ. product placement)

- внедрение рекламы товара или услуги в сюжетную линию кино или иного продукта индустрии развлечений

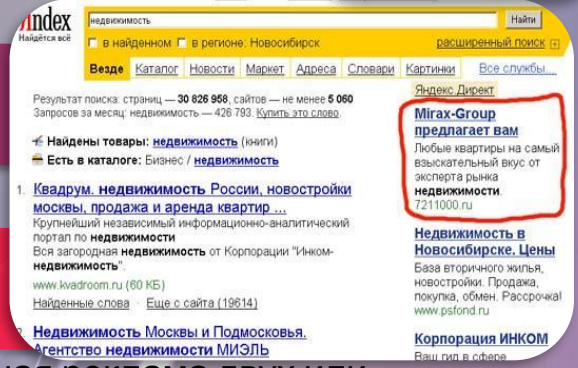


# Реклама в местах продаж

- ВТЛ, промо-мероприятия, ивент и прочие

# Вирусная реклама

- реклама, основанная на слухах, сплетнях, передающаяся от перекрестная реклама двух или более товаров (услуг) основанная на взаимной выгоде





Транспортная  
реклама





Реклама в  
кинотеатрах




 ZURICH СТРАХОВАНИЕ

Посетители ПЦ «Горбуновский Двор»

**КАСКО** **-10%**


727-07-07

50 м 

 ZURICH СТРАХОВАНИЕ

**КАСКО** **-10%**

727-07-07

 ZURICH СТРАХОВАНИЕ

**КАСКО** **-10%**

Паркинг-реклама



Продакт-плейсмент в кино. Кадр из фильма «Один дома»







**Реклама в местах  
продаж**

# Специфически е виды рекламы по цели



**Контрреклама** –  
опровержение  
ненадлежащей рекламы.  
В РФ предусмотрена в  
качестве наказания за  
ненадлежащую рекламу.



**Антиреклама** –  
информация, призванная  
не поднимать, а  
уменьшать интерес, либо  
дискредитировать  
товары, предприятия,  
товарные знаки. В  
России запрещена  
законом о рекламе.



A golden relief sculpture of a winged figure, likely representing Justice or Liberty, holding scales and a sword. The figure is blindfolded and stands on a pedestal. The background features Latin inscriptions: "RVAT" and "COELVM". In the foreground, a wooden gavel is visible, slightly out of focus.

**Правовая база и контроль в  
сфере рекламы**

Обычно реклама ограничивается по объёму (доле), по способу, месту и времени распространения, вводится запрет на заведомо ложную, недобросовестную, неэтичную и иную ненадлежащую рекламу. Иногда деятельность рекламопроизводителей и рекламораспространителей лицензируется.

В Российской Федерации коммерческая и социальная реклама регулируется Федеральным законом «О рекламе», политическая реклама — Федеральными законами «О политических партиях» и «Об общественных объединениях», предвыборная агитация — законодательством о выборах. За нарушения в этой области предусмотрена административная ответственность (статьи [5.9](#), [5.12](#), [5.48](#), [6.13](#), [14.3 КоАП РФ](#)). Уголовная ответственность за нарушение законодательства о рекламе недавно

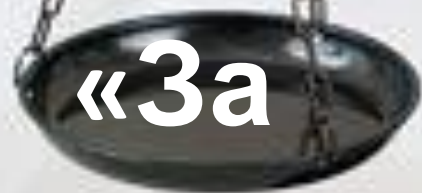


Частные объявления, то есть объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности, в соответствии с [Законом о рекламе \(ст. 2, п. 6\)](#) не рассматриваются в качестве рекламы.

Нарушение закона и правил может привести к различным последствиям. Реклама может быть заменена или убрана совсем



# Реклама: ДОВОДЫ



»

«Против

»

# За

Как часть интегрированных маркетинговых коммуникаций увеличивает эффективность предприятия:

- При использовании стратегии лидерства по издержкам, целью которой является достижение экономии на масштабе, реклама, как часть маркетингового комплекса, может способствовать массовому потреблению, которое, в свою очередь, является обязательным условием для массового производства.
- Продолжительный и непрерывный цикл массового производства снижает себестоимость единицы продукции, что, в конечном итоге, обеспечивает более низкие потребительские цены. Таким образом, реклама выступает как необходимый фактор снижения уровня цен.<sup>1</sup>
- При использовании стратегии дифференциации комплекс маркетинговых коммуникаций, который в том числе включает в себя рекламу, позволяет добиться обратной связи от ориентированности на определённый сектор сбыта, добиваясь непрерывности и доходности бизнеса.

Как часть интегрированных маркетинговых коммуникаций способствует развитию современных технологий.

# Против

- Реклама навязывает потребителю товары и услуги, потребности в которых не существует.
  - Увеличивает издержки (затраты на рекламу включаются в стоимость товара), приводя к повышению потребительской цены.
  - Способствует монополизации рынка. Мелкие производители не в состоянии обеспечивать своей продукции рекламную поддержку, сопоставимую с рекламой крупных корпораций. Зачастую встречаются даже утверждения о том, что задачей рекламной активности корпораций является не увеличение собственного сбыта, а создание «рекламного барьера», препятствующего появлению новых игроков на рынке.
  - Реклама завышает спрос на товар, а вслед за этим позволяет завысить и цены. Хорошим примером является ситуация с падением цен на автомобили или вычислительную технику, потерявшую (разрекламированный, навязанный рекламой) статус топ-новинки.
  - Негативно воздействует на сознание и подсознание человека. Сторонники этого утверждения выдвигают доводы о глобальном изменении поведения человека под воздействия рекламы.
- По состоянию на 2007—2008 годы специалисты по рекламе используют понятие «рекламный шум».
- В книге публициста Сергея Кара-Мурзы «Манипуляции сознанием» автор рассматривает современную рекламу как первичный шаг к скрытому управлению обществом.
- Постоянное усиление рекламы приводит к снижению использования

**УДАЧНЫХ  
РЕКЛАМНЫХ  
ХОДОВ!**

