

ПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ТЕМУ:  
*Наружная реклама. Ее  
сущность, виды, правовые  
аспекты (НА ПРИМЕРЕ ООО  
«КОКА-КОЛА»)*

Подготовил учащийся гр. 346,  
3курса  
Янкович Владислав Игоревич

# Реклам

а  
Реклама сопровождает человека на протяжении всей истории его развития. Цель рекламы – это особая коммуникативная норма, предусматривающая достижение определенного уровня охвата конкретной аудитории за определенный период времени.

Необходимо отметить, что к определению термина реклама сейчас существует два подхода:

- 1. В более узком смысле реклама означает объявление в СМИ. Эта точка зрения наиболее распространена в западных странах.
- 2. В российской практике понятие рекламы трактуется несколько шире. К ней относятся также выставочные мероприятия, упаковка, коммерческие семинары, проспекты, каталоги, плакаты и т.д.

# Реклама, ее главные элементы (признаки):

1. Является платной.
2. Осуществляется с использованием СМИ или специальных объявлений.
3. Точно установлен заказчик (рекламодатель).
4. Информировывает и агитирует за товары или услуги.

# Цели использования рекламы

- 1) формирование у потребителя определенного уровня знаний о данном товаре, услуге;
- 2) формирование у потребителя определенного образа фирмы;
- 3) формирование у потребности в данном товаре, услуге;
- 4) формирование благожелательного отношения к фирме;
- 5) побуждение у потребителя обратиться к данной фирме;
- 6) побуждение к приобретению именно данного товара у данной фирмы;
- 7) стимулирование сбыта товара или эксплуатации услуг;
- 8) ускорение товарооборота;
- 9) стремление сделать данного потребителя постоянным покупателем данного товара, постоянным клиентом фирмы;
- 10) формирование у других фирм образа надежного партнера.

"Наружная (внешняя) реклама" это — графическая, текстовая, либо иная информация рекламного характера, которая размещается на специальных временных и/или стационарных конструкциях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях зданий, сооружений, на элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог или на них самих.



**Объекты наружной рекламы, т. е. рекламаноосители, можно разделить на две основные группы:**

- Сетевые**
- Локальные**



# Плюсы наружной рекламы

- наружную рекламу нельзя выключить/переключить.
- для считывания рекламных сообщений не нужны дополнительные устройства.
- аудитория наружной рекламы возрастает по мере роста автомобилизации/мобильности населения.
- самый дешевый вид рекламы, в расчете на стоимость рекламного контакта (СРТ).

# Минусы наружной рекламы

- сложность таргетирования.
- статичность рекламного изображения (кроме экранов, которых немного) и отсутствие звука.
- неоднозначно воспринимается публикой — например, есть мнение, что некоторые конструкции портят внешний вид зданий.

# РАБОТЫ КОМПАНИИ ООО «КОКА-КОЛА»



Аза Кендлер

Аптека Джекобса  
1886



Бутылки, в которые  
в разное время разливали  
напиток Кока-кола.  
Слева одна из первых,  
предназначенная для  
сиропа.

Первый рекламный плакат:  
"Пейте "Коку-колу"!  
Прекрасную и освежающую".





### An All-Star Rebound to Normal Between Camera Shots of "Dinner at Eight"

Metro-Gwyneth-Mayer's brilliant picture production. Left to right: *Building*—Eugene Lane (Dr. Zerkow)...Gloria Coates, *Financier*...Loretta Young (Miss Gandy)...John  
 Rex Haver (Katy Jackson)...Patricia Hayes (Mrs. Brown)...Marie Kean (Pauline Jones)...Lena Horne (Miss Gandy)...Billie Dove (Miss Gandy)  
 Jones)...Marie Dressler (Catherine Felt)...Kathleen Hayes (Miss Taylor)...Ginger Rogers (Ed Loring)...A. J. Liska, *Director*, Paramount.

In Hollywood, you see it every day in the making of pictures—the pause that refreshes with ice-cold Coca-Cola. It breaks the stress and strain of shooting scenes over and over. It is cooling relief from the hot klieg lights. It banishes drowsy yawns and hot, thirsty faces. It's the way to snap

back to normal and be alert... Because, an ice-cold Coca-Cola is more than just a drink. It combines those pleasant, wholesome substances which foremost scientists say do most to restore you to your normal self. Really delicious, it invites a pause, a pause that will refresh you.

© 1935 Coca-Cola Bottling Co., Atlanta, Ga.



# Old school сока-cola

В годы войны компания построила 64 передвижных завода, которые следовали за американской армией. На плакатах тех лет рекламные герои в армейской форме продолжают жизнерадостно пить колу. В 1942 году появляется абсолютно новый рекламный образ — "Спрайт бой", похожий на упитанного эльфа с шапочкой в виде пробки из под Соса-Солa.

СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!