

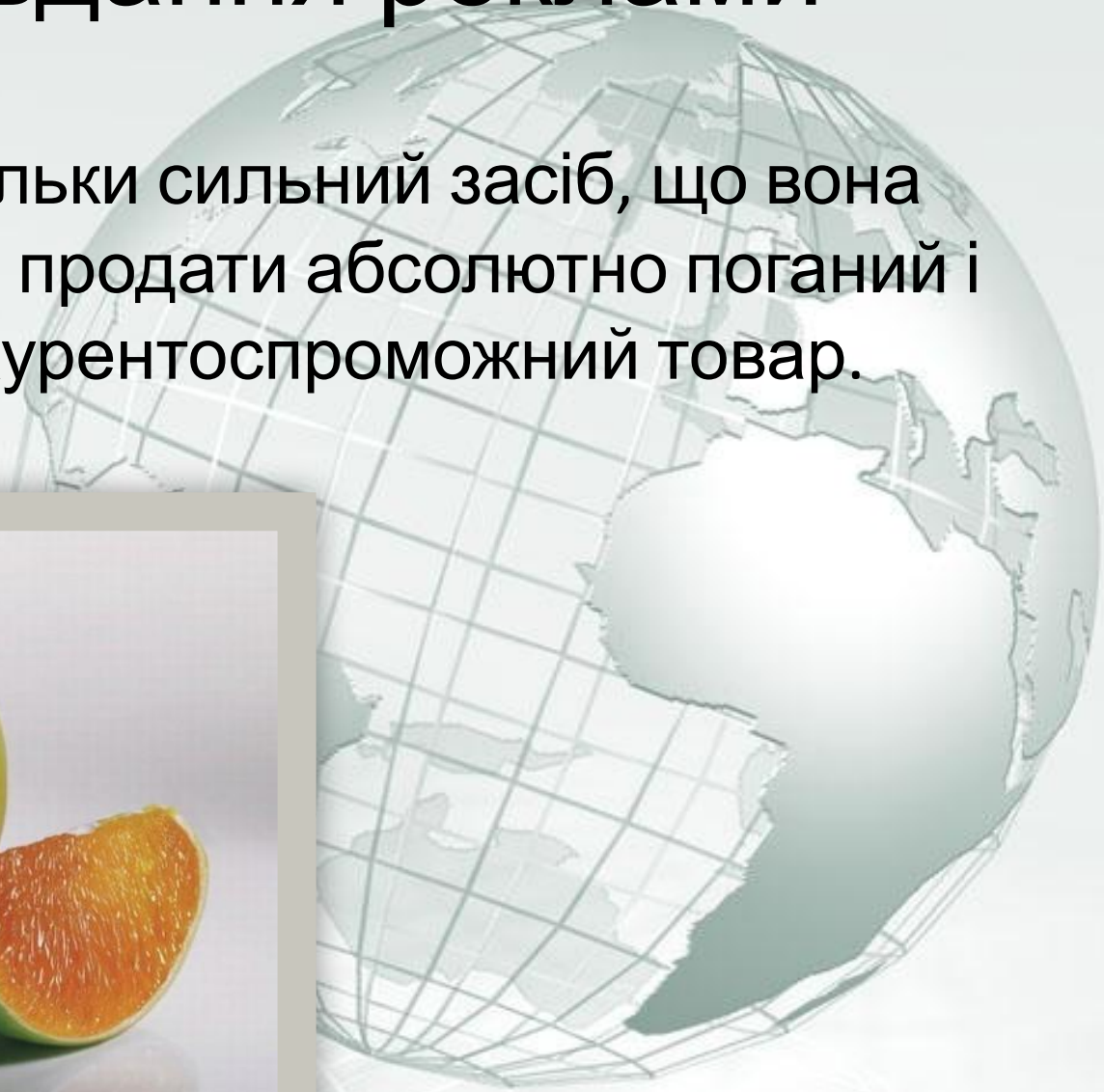
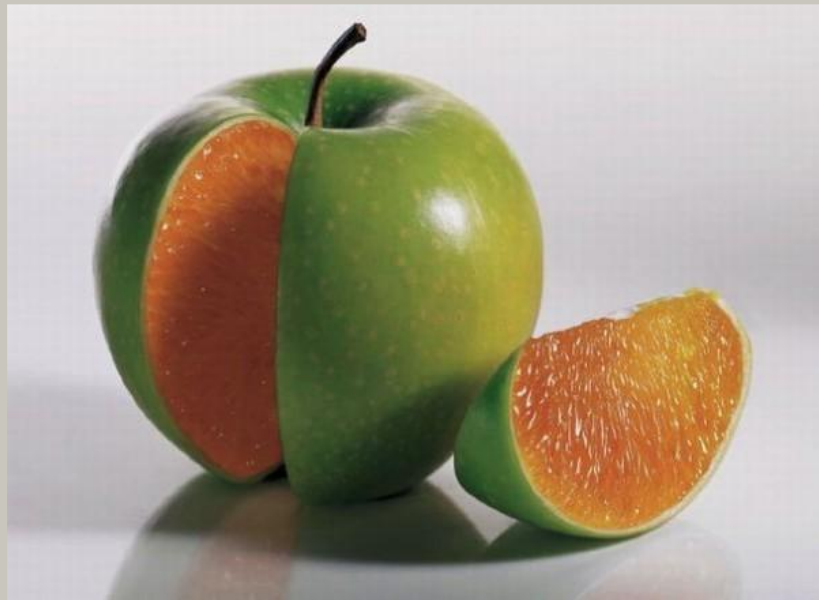


Презентація на тему “Реклама і рекламна діяльність”

Виконали учениці групи 10-1
Іванченко Яна і Голда Альона

Цілі і завдання реклами

Реклама - настільки сильний засіб, що вона може допомогти продати абсолютно поганий і негідний, неконкурентоспроможний товар.



Завданнями реклами є :

- Стимулювання попиту та формування потреб населення;
- Освоєння і розширення ринку збуту товарів;
- Прискорення товарообігу, досягнення збалансованості попиту і пропозиції;
- Формування культури споживання і розвиток естетичних смаків населення.



Реклама являє собою сукупність організаційно-технічних, економічних, естетичних і психологічних засобів і методів, використовуваних для об'єктивної інформації споживачів про наявні у продажу товари, їх властивості та якість, розміщені торговельних підприємств, формах торговельного обслуговування.



Рекламна діяльність як процес, його сутність

Суб'єкт - організація або приватна особа, які є замовником реклами.

Об'єкт реклами - окрема людина або група людей, об'єднаних за будь-якими ознаками, що мають можливість колективно сприймати рекламу, обговорюючи її і створюючи певну думку про предмет реклами.



Важливо усвідомити, що реклама - діяльність багатofункціональна. Вона служить багатьом власникам для досягнення множини цілей. Виробники дають рекламу, щоб спонукати купувати їхні товари або послуги у роздрібних торговців. Або діють безпосередньо, торгуючи з допомогою комівояжерів.



Характеристика засобів реклами

Рекламне повідомлення - це інформація про предмет реклами. Для його складання використовують текст, зображення, колір, світло, звук і т.д. Рекламне повідомлення може поширюватися за допомогою різних засобів і носіїв інформації (газети, журнали, упаковка товарів).



Висновок

Рекламний засіб - це матеріальне втілення рекламного повідомлення. Вона може не тільки бути корисною але і нашкодити, бо продавці з допомогою реклами можуть продати навіть абсолютно поганий і негідний, неконкурентоспроможний товар



Дякуємо за
увагу

