

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ РФ
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ГОУВПО «АмГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

_____ О.Б.Арчакова

« ____ » _____ 2007г.

Учебно-методический комплекс дисциплины

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ

для студентов специальности 030601 – журналистика

Составитель: Ладисова О.В.

2007

Печатается по решению
редакционно- издательского совета
филологического факультета
Амурского государственного университета

Ладисова О.В. Теория и практика рекламы для студентов специальности
030601 «Журналистика»: учебно-методический комплекс. / Ладисова О.В.
Благовещенск, изд-во Амурского гос. университета, 2007. 16с.

© Амурский государственный университет
© Кафедра журналистики

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Каждый человек постоянно сталкивается с рекламой. Каждый день, каждый час, дома, на улице, в метро.

Создание рекламы – это сложный процесс, состоящий из многих взаимозависимых компонентов.

Цель курса – дать представление о процессе создания рекламы различных видов, жанров, ее месте в системе маркетинга, размещении ее в различных медиа-средствах, планировании, проведении рекламных кампаний, специфике работы рекламных агентств, служб, особенностях рекламы отдельных видов товаров и услуг.

Задачи:

1. Показать актуальные проблемы рекламы, ее место в системе маркетинга
2. Показать, что такое эффективная реклама и как ее сделать
3. Изучить способы создания рекламы разных видов, жанров.

Принципы построения курса

Основные положения курса излагаются на лекционных и лабораторных занятиях в течение 136 часов. Курс завершается контрольной работой.

Тематическая структура курса

№	Тема занятия	лекции	Лаб. Раб.	Самост. раб.	Вид контроля
1	Актуальные проблемы рекламы	2		4	
2	Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности	2		4	
3	Возможности рекламы и принципы ее воздействия	2		4	
4	Рекламные службы в СМИ. Рекламное агентство	4	4	6	
5	Исследования в процессе разработки рекламного обращения	2	2	4	
6	Управление качеством рекламы	2	2	4	

5	Современные рекламные технологии	2		4	
6	Проведение рекламной кампании	2	4	4	
7	Особенности рекламы отдельных категорий товаров и услуг	8		6	
8	Жанровое своеобразие традиционной рекламы	4	12	10	
9	Нетрадиционная реклама	2	4	4	
10	Создание рекламных текстов	2	6	8	К.р.
	всего	34	34	68	.

Содержание дисциплины

Актуальные проблемы рекламы Интерактивная реклама. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Глобализация. Маркетинг рыночной ниши. Власть потребителя, маркетинг отношений.

Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности. Реклама и общество. Проблема соблюдения этики. Этические проблемы в рекламе («Дутая реклама», вкус и реклама, стереотипы в рекламе, реклама для детей, реклама спорных товаров, реклама , действующая на подсознание) Законы и правила, касающиеся рекламы. Саморегулирование рекламы и социальная ответственность.

Возможности рекламы и принципы ее воздействия. Место рекламы в системе маркетинга. Виды, цели рекламы в системе маркетинговых коммуникаций. Типы рынков. Методы работы с рынком. Способности и категории рекламы. Традиционная и нетрадиционная реклама Процесс рекламной коммуникации. Внешняя и внутренняя среда рекламного процесса. Восприятие: создание останавливающего воздействия. Товар в рекламе. Работа торговой марки.

Исследования в процессе разработки рекламного обращения. Диагностические исследования. Ранняя обратная связь. Контактные методы. Исследования с помощью количественных методов опроса. Исследование

методом наблюдения. Качественные методы исследования. Контент-анализ. Глубинное интервью. Фокус-группы.

Управление качеством рекламы. Основные понятия и категории управления качеством рекламы. Методы определения качества. Качество рекламных технологий, рекламных кампаний, рекламного текста. Методы управления качеством.

Рекламная служба в СМИ. Рекламное агентство. Информационный анализ рекламного агентства, рекламной службы. Типы и структура агентств и рекламных служб.

Современные рекламные технологии. Влияние новых технологий на рекламу. Технологии и средства распространения рекламы. ATL и BTL – промо-акции, граффити, директ-маркетинг, директ-мейл, личная продажа, сетевой маркетинг и др. Интерактивное телевидение, интернет-технологии, зонтичное брендрование, корпоративные издания, кросс-реклама, кросс-промоушн, реклама в рекламе, мерчандайзинг, ПР, POS-материалы, рекламная фото и видеосъемка, SMS-реклама, спонсорство, торговые карточки, транспортная реклама, франчайзинг и др. Перспективные направления рекламной деятельности.

Проведение рекламной кампании. Планирование рекламной кампании. Стратегия рекламной кампании. Позиционирование. Реклама и маркетинговые исследования. УТП. Креатив в рекламной кампании.

Особенности рекламы отдельных категорий товаров и услуг. Реклама банков. Реклама алкогольной продукции, табачных изделий. Реклама продуктов питания. Реклама товаров бытовой химии. Реклама парфюмерной и косметической продукции. Реклама лекарственных средств. Реклама товаров для детей. Реклама автомобилей. Реклама спортивных товаров. Реклама туристических услуг. Реклама мобильной связи.

Жанровое своеобразие традиционной рекламы

Жанры телевизионной рекламы. Прямая продажа. Обращение от лица фирмы. Рекомендации специалистов, экспертов, знаменитостей. Интервью с покупателем. Демонстрация товара. Косвенное сравнение товаров. Драматизация. Музыкальная реклама. Анимация.

Жанры радиорекламы. Информационные (радиообъявление, радиорепортаж, консультация специалиста, радиожурнал), художественные (монолог от лица потребителя, рекламного персонажа, диалог двух лиц разной степени информированности, мини-спектакль, серия сценок с постоянными персонажами), другие формы рекламы (рекламный призыв (слоган), рекламная песенка (джингл), советы радиослушателям, рекламный конкурс, скрытая реклама)

Жанры печатной рекламы

Нетрадиционная реклама. Директ – маркетинг. Прямая почтовая рассылка (рекламное письмо, открытка, листовка, пакет предложений, прайс-лист, буклет, проспект, каталог, образцы продукции и др.). Телефонный маркетинг. Электронные средства маркетинга. e-mail –маркетинг. Мерчендайзинг. Промоушн. Выставки. Презентации.

Создание рекламных текстов. Творческая сторона рекламной деятельности. Создание печатной рекламы. Создание текста печатной рекламы. Создание рекламы для электронных масс-медиа. Составление рекламного обращения, рекламной статьи, рекламного письма.

Примерные темы рефератов и курсовых работ

1. Толерантность сознания в амурской рекламе (на материале коммерческой, социальной рекламы)
2. Виды современной амурской рекламы
3. Франчайзинг в Приамурье
4. Рекламные технологии в Амурской области
5. Жанр сказки в амурской рекламе (на конкретном материале)
6. Особенности рекламы продуктов питания в г. Благовещенске (на конкретном материале)
7. Особенности рекламы товаров бытовой химии в Благовещенске (на конкретном материале)
8. Особенности рекламы туристических услуг (мобильной связи...)
9. Нетрадиционная реклама в г. Благовещенске (на конкретном материале)
10. Жанровое своеобразие амурской рекламы (на конкретном материале)

11. Рекламная служба в амурских СМИ (на конкретном материале)
12. Рекламные агентства города Благовещенска
13. Технологии распространения рекламы города Благовещенска

Вопросы к зачету

1. Актуальные проблемы рекламы
2. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности
3. Место рекламы в системе маркетинга. Виды, цели рекламы в системе маркетинговых коммуникаций
4. Типы рынков. Методы работы с рынком.
5. Традиционная и нетрадиционная реклама
6. Процесс рекламной коммуникации
7. Товар в рекламе. Работа торговой марки
8. Исследования в процессе разработки рекламного обращения
9. Качество рекламных технологий, рекламных кампаний, рекламного текста. Методы управления качеством. Методы определения качества
10. Рекламная служба в СМИ
11. Рекламное агентство Типы и структура агентств Информационный анализ рекламного агентства
12. Современные рекламные технологии
13. Перспективные направления рекламной деятельности
14. Проведение рекламной кампании
15. Креатив в рекламной кампании.
16. Реклама банков
17. Реклама алкогольной продукции, табачных изделий
18. Реклама продуктов питания
19. Реклама товаров бытовой химии
20. Реклама парфюмерной и косметической продукции
21. Реклама лекарственных средств
22. Реклама товаров для детей
23. Реклама автомобилей
24. Реклама спортивных товаров

25. Реклама туристических услуг.
26. Реклама мобильной связи
27. Жанры телевизионной рекламы
28. Жанры радиорекламы
29. Жанры печатной рекламы
30. Нетрадиционная реклама
31. Рекламная статья
32. Рекламное письмо

Лабораторные работы №1 Рекламная служба в СМИ

ЗАДАНИЕ

Изучить рекламные службы города Благовещенска, сделать информационный анализ одной из них.

Лабораторная работа №2 Экскурсия в рекламное агентство города Благовещенска

ЗАДАНИЕ

Задайте вопросы одному или нескольким его сотрудникам об изменениях, которые произошли в их агентстве и индустрии в целом за время существования агентства (список вопросов заготовьте заранее). Какого рода изменения они ожидают в следующие 5 лет? Составьте отчет (3-5 страниц).

Лабораторная работа №3 Этика и реклама

ЗАДАНИЕ

Подберите 3 печатные рекламы, которые по вашему мнению сомнительны с точки зрения этически спорных вопросов. Поинтересуйтесь у 5 человек (различных по полу, возрасту, образованию). Проведите небольшое собеседование с каждым из них (вопросы подготовьте заранее). Составьте отчет о мнениях опрошенных в форме ответов на ваши вопросы. Не бойтесь включать в отчет и собственные умозаключения. Ответьте на вопрос: В чем отличается или имеет сходство то, что вы обнаружили, опрашивая разные целевые группы?

Лабораторная работа №4 Фокус-группа

ЗАДАНИЕ

Соберите фокус-группу. С помощью «мозгового штурма» выберите, что вы будете рекламировать, например новую марку сотовых телефонов, новое звуковое оборудование. Разделитесь на исследователей и потребителей. Выберите вопросы и форму. Выберите того, кто будет вести записи, собирать данные и организовывать обратную связь. Напишите отчет.

Лабораторная работа №5 Качество рекламы

ЗАДАНИЕ

Из журналов подберите по 5 примеров рекламных обращений, обладающих высокой останавливающей, притягивающей и закрепляющей силой. Какие из них большей частью являются информационными, какие образными? Как отличается информационная реклама в исполнении заголовков, иллюстраций, содержания текста и используемых шрифтов?

Дайте письменный ответ.

Лабораторная работа №6 Медиа-планирование и рекламная кампания

ЗАДАНИЕ

Посетите ваш местный магазин и набросайте проект медиа-плана, учитывая преимущества наиболее подходящего местного рекламного носителя. Составьте график и сформулируйте решения, касающиеся размера, длины рекламного обращения для различных типов носителей. Какое печатное средство следует выбрать для рекламы местного магазина в качестве основного? Почему? Чего вы можете достичь с помощью печатной рекламы?

Лабораторная работа №7,8,9,10,11,12 Жанры традиционной рекламы

ЗАДАНИЕ

Подберите примеры рекламы продуктов питания (товаров бытовой химии, косметики и парфюмерии, лекарственных средств, товаров для детей, автомобилей, спортивные товары др.). Изучите, какие жанры используются при рекламировании данной категории товаров в городе Благовещенске. Какие из них наиболее эффективны на ваш взгляд и почему? Напишите отчет.

Лабораторная работа №13 Нетрадиционная реклама

ЗАДАНИЕ

Посетите магазин (супермаркет) города Благовещенска. Изучите наиболее популярные торговые марки, продажа которых дает магазину основную прибыль. Как расположен данный товар, какой у него вид, упаковка, раскладка на витрине? Поговорите работниками магазина, выясните: Какие виды рекламной информации, основные приемы, методы мероприятия для стимулирования сбыта данных товаров используются в магазине?

Напишите отчет.

Лабораторная работа № 14 Как организовать презентацию?

ЗАДАНИЕ

Разработайте проект презентации студенческого клуба, товара, магазина или др. Определите ее цель, место и время проведения, состав гостей, программу, стилистику презентации.

Лабораторная работа № 15, 16, 17 Создание рекламных текстов Рекламное обращение. Рекламная статья. Рекламное письмо.

ЗАДАНИЕ

Напишите рекламное обращение, которое бы несло информацию об открытии нового магазина, о уже существующем магазине, о новом ассортименте магазина и др.

Напишите рекламную статью о продукции вашего магазина, о его сотрудниках...

Напишите рекламное письмо потребителю товара, услуги.

Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Панкратов Ф.Г. и др. Рекламная деятельность: Учебник для студентов вузов. – М., 2001
2. Ромат Е.В. Реклама. – СПб., 2001
3. Рогожин М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учебное пособие. – М., 2001
4. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и ПР: Учебное пособие для вузов. –М., 2001
5. Евстафьев В.А., Ясонов В.Н. Что, где и как рекламировать. Практические советы. – СПб., 2005

6. Смирнов Э.А. Управление качеством рекламы: Учебное пособие. – М., 2001
7. Ученова В.В., Шомова С.А., Гринберг Т.Э. и др. Реклама: палитра жанров. – М., 2001
8. Пименов П.А. Основы рекламы. – М., 2005
9. Полукаров В.Л., Головлева Е.Л. Реклама: Учебное пособие. – М., 2003
10. Полукаров В.Л. Телерадиореклама. Информационные технологии. – М., 1998
11. Ян В. Проведение рекламных кампаний. – М., 2003
12. Гольман И.А. Рекламное планирование. Рекламные технологии. Организация рекламной деятельности. – М., 1996
13. Блинкина-Мельник М.М. Рекламный текст: Задачник для копирайтеров. – М., 2003
14. Фарби Э.Д. Как создать успешную рекламу. – СПб., 2004
15. Песоцкий Современная реклама. Теория и практика. – Ростов н/ Д, 2001

Дополнительная литература

1. Мокшанцев Р. Психология рекламы. – М., 2000
2. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. – СПб., 1999
3. Феофанов О.А.. Реклама: новые технологии в России. – СПб., 2000
4. Картер Г. Эффективная реклама. – М., 1991
5. Кромптон А.. Мастерская рекламного текста. – Довгань, 1995
6. Морозова И. Слагая слоганы. – М., 1998
7. Старобинский Э. Самоучитель по рекламе. – М., 1999
8. Реклама: Внушение и манипуляция/ Ред. сост. Райгородский Д.Я.: Учебное пособие. - Самара, 2001
9. ВТЛ как самая передовая маркетинговая коммуникация // Рекламный мир. 2003. № 1-2
10. Иванов А. Что такое директ-маркетинг? // Рекламный мир. 1997. № 10
11. Колборн Р. Мерчандайзинг. 15 условий успеха розничного магазина. – СПб., 2004
12. Кисмерешкин В.Г. Реклама в продвижении российских товаров. – М., 2000

13. Морозова И. Структурный анализ рекламного пространства // Рекламные технологии. 2002. № 2
14. Макарон Л.С. , Головки Б.Н. Экспертный анализ рекламной продукции. – М., 2002
15. Назайкин А.Н. Эффективная продажа рекламы. Технология получения заказа на покупку рекламных площадей, эфира, пространства. – М., 2002
16. Пименов П.А. Семиология- дизайн: Теория и практика. – М., 2000
17. Уилсон Р. Планирование стратегии Интернет-маркетинга. – М., 2003

ТЕСТ ДЛЯ СОМОПРОВЕРКИ

ИНСТРУКЦИЯ. Предложенный Вам тест служит для проверки остаточных знаний по курсу «Теория и практика рекламы». Вопросы отражают материал, пройденный в лекциях. Правильно ответив на все вопросы, Вы сможете набрать 50 баллов.

Отметьте правильные ответы (2 балла за каждый правильный ответ)

1. Реклама – это ...
2. При создании радиорекламы необходимо уделять внимание
 - тексту
 - тембру голосов дикторов,
 - музыкальному и звуковому сопровождению
 - все ответы верны
3. К информационным жанрам радиорекламы относятся
 - Радиообъявление
 - Рекламная песенка
 - Радиожурнал
 - Консультация специалиста
4. Одна из форм рекламы, использующих средства полиграфии
 - Реклама в прессе
 - Телевизионная реклама
 - Радиореклама
 - Интернет –реклама
5. Рубричная и макетная реклама – виды
 - газетной рекламы
 - телевизионной
 - печатной
 - радиорекламы
6. Реклама , размещенная под специальными рубриками, часто на специально

отведенных страницах газеты или журнала

- Рубричное объявление
- Купонное объявление
- Модульное объявление
- Редакционное объявление

7. Видами модульного объявления являются

- традиционное,
- редакционное,
- купонное
- строчное

8. К текстовым элементам рекламного сообщения относятся

- Заголовок
- Иллюстрации
- Основной текст
- Размер и форма объявления

9. Вид журнальной рекламы, расширяющий печатное пространство и увеличивающий читательское восприятие

- страницы , обрезанные в край (навылет)
- раскладки
- многостраничные вкладки
- невизуальная реклама

10. Вид рекламы не используемый в журнальной рекламе

- модульная
- строчная
- невизуальная
- музыкальная

11. Видами банковской рекламы являются

- имиджевая
- торговая
- сбытовая
- спонсорская

12. В традиционных СМИ запрещена реклама

- алкогольной продукции
- табачных изделий
- детских товаров
- туристических услуг

13. Видами рекламы табачных изделий в российской практике являются

- наружная реклама
- реклама в глянцевых журналах
- радиореклама

- реклама в газетах

14. Реклама продуктов питания направлена преимущественно

- на женскую
- на мужскую
- детскую
- подростковую аудиторию

19. Реклама продуктов питания менее эффективна

- на радио
- на телевидении
- в печати
- в интернет

15. Наиболее эффективное СМИ для рекламы товаров бытовой химии

- телевидение
- радио
- интернет
- печать

16. Для рекламы лекарственных средств не рекомендуется использовать

- наружную рекламу
- печатную рекламу
- радиорекламу
- телевизионную рекламу

17. Реклама, ориентированная на детей, обращается к

- эмоциям
- рассудку
- логике
- интуиции

18. Пиллары, кронштейны, маркизы – средства

- Наружной
- Телевизионной
- Радиорекламы
- Интернет-рекламы

19. Не санкционированная пользователем, неадресная рассылка рекламных сообщений по электронной почте

- Спам
- Баннер
- Браузер
- Контекстная реклама

20. Для передачи обстановки, в которой происходит действие рекламного ролика используются

- Специальные звуковые эффекты
- Музыка
- Текст
- Голос

21. Компонент рекламы, позволяющий передать характер персонажа ролика, наиболее выгодно подать информацию о рекламируемом товаре, услуге, «увидеть» предлагаемый продукт

- Голос
- Музыка
- Текст
- Специальные эффекты

22. Отсутствие зрительных образов характерно для

- Радиорекламы
- Телевизионной рекламы
- Наружной рекламы
- Печатной рекламы

23. К видам рекламной информации в местах продаж относятся

- Воблеры
- Гирлянды
- Муляжи
- Джинглы
- Спамы

24. Реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на благотворительные цели

- Социальная реклама
- Политическая реклама
- Торговая реклама
- Имиджевая реклама

25. Короткая рекламная фраза, в сжатом виде излагающая основное рекламное предложение и входящая в состав всех рекламных сообщений одной рекламной кампании

- слоган
- зачин
- эхо-фраза
- кода

СОДЕРЖАНИЕ

1 Пояснительная записка	3
2 Содержание дисциплины	4
3 Примерные темы рефератов и курсовых работ	6
4 Вопросы к зачету	7
5 Лабораторные работы № 1-4	8
6 Лабораторные работы № 5-13	9
7 Лабораторные работы № 14-17	10
8 Литература	10
9 Тест для самопроверки	12

