

24.01.2024

Група: 36

Предмет: Технологія електромонтажних робіт

Тема 2: Закріплення та підключення комунікаційних та рекламних систем

УРОК 24

Тема: Використання типових рекламних засобів

Мета:

- Ознайомлення з комунікаційними та рекламними системами, загальними відомостями про кріплення комунікаційних та рекламних систем, улаштуванням і монтажем та підключенням.
- Виховати зацікавленість та компетентність до обраної професії.

ХІД УРОКУ

Рекламу поділяють:

- за локацією і методом експозиції;
- за завданням реклами;
- за діапазоном і предметом впливу: ATL і BTL (BTL (від англ. below-the-line) - термін рекламної індустрії, який об'єднує промо-акції, директ мейл, виставки, POS та багато інших рекламних активностей. Термін BTL використовують на противагу ATL (прямій рекламі).;

За завданням рекламу поділяють на такі види:

- Сповіщувальна;
- Агітаційна;
- Порівняльна;
- Така, що нагадує.

Сповіщувальна реклама – використовується для інформування клієнтів про нові товари, послуги, ідеї на ринку. Завдання – вивести товар на ринок і знайти потенційних клієнтів.

Агітаційна реклама – використовується, коли в умовах конкуренції продається товар, що володіє перевагами перед іншими товарами. Завдання – моделювання переважної потреби.

Порівняльна реклама – розглядаються основні атрибути товару в порівнянні з подібними атрибутами товарів-конкурентів.

Нагадування – такої реклами потребує товар, який завоював ринок збуту і вимагає нагадування клієнту про себе.

Види реклами за локацією і методом експозиції.

Види реклами розрізняють як за каналами її поширення, так і за її безпосередніми джерелами.

За місцем і способом розміщення існують такі види реклами:

- Реклама в ЗМІ;
- Зовнішня реклама;
- Реклама на транспорті;
- Реклама на місцях продажів;
- Сувенірна реклама (сувенірка);
- Друкована реклама (роздавальна поліграфія, роздатка);
- Пряма реклама;
- Реклама в інтернеті.

Реклама в засобах масової інформації:

- Телевізійна реклама (рекламні програми, відеоролики, заставки);
- Реклама на радіо (ролики в рекламних блоках, рекламні передачі, реклама по ходу радіопередач);
- Газети інформаційні та рекламні (обласні, місцеві муніципальні, професійні);
- Реклама в журналах (спеціальні рекламні, галузеві, економічні, і т.п.);
- Каталоги, телефонні, галузеві довідники, бюлетені;
- Аудіовізуальні видання.

Зовнішня реклама:

- щити з інформацією (білборди, брендмауери, сіті-формати, штендерная реклама, тривіжени);
- стовпи, тумби, кіоски, павільйони, ламбрекени, пілони, троли; перетяжки, транспаранти;
- написи в небі (повітряні кулі, дирижаблі, транспаранти);
- електрифіковані (або газосвітні) панно з нерухомими або рухомими написами (“рухомий рядок”);
- просторові конструкції для розміщення плакатів у кількох площинах;
- вивіски магазинів;
- реклама на світлових екранах (світлові та неонові установки);
- лайтбокси (рекламні конструкції з підсвічуванням);
- вітрини з товарами.

Реклама на транспорті:

- написи на зовнішніх поверхнях транспортних засобів (дахи, борти, двері, будки, скла);
- басорама (рекламна панель з підсвічуванням на даху автобуса);
- друковані оголошення, що розміщуються в салонах транспортних засобів;
- реклама на моніторах в транспорті;
- вітрини з товарами на вокзалах, в аеропортах і в інших приміщеннях (на терміналах, станціях).

Реклама на місцях продажів:

- рекламне оформлення торгових залів;
- вітрини магазинів (зовнішні і внутрішні);
- вивіски, знаки, планшети в торговому залі;
- вітринні стікери;
- підлогові стікери;
- дисплеї і ТБ-монітори;
- упаковка з нанесеними назвами і товарними знаками рекламодавця: коробки, футляри, обгортковий папір, скотч і т.п. .;
- манекени і бутафорія;
- гірки і стелажі;
- фірмові цінники;
- воблери;
- шелфтокери;
- усна реклама через інформаційні системи ритейлу;

Друкована реклама (роздавальна поліграфія, роздатка):

- проспекти;
- каталоги продукції;
- плакати;

- листівки;
- календарі;
- планшети;
- брошури;
- візитні картки

Сувенірна реклама (сувенірка):

- брендovanі записні книжки;
- календарі з фірмовим текстом;
- авторучки з лого і рекламними написами;
- фірмові значки, прапорці, кишенькові календарі; бювари рекламні;
- папки з нанесеною рекламою;
- лінійки, закладки для книг,
- термометри;
- запальнички, брелоки для ключів
- флешки і т.п.

Пряма реклама:

- реклама поштою (direct mail);
- рекламні матеріали, що вручаються особисто, інформаційні листи;
- реклама по телефону;
- реклама за принципом “в кожні двері”;
- безкоштовні рекламні газети, листівки, сувеніри

Реклама за допомогою проведення інших маркетингових заходів:

- проведення заходів public relations;
- проведення виставок;
- оформлення вітрин, демонстрація товарів;
- проведення конференцій, прес-конференції;
- проведення зустрічей з покупцями;
- надання різних послуг, знижок;
- видача премій, подарунків, сувенірів покупцям;
- проведення дегустацій;
- самплінг, безкоштовна видача товарів;
- проведення змагань, лотерей, конкурсів, ігор;
- сенсаційні видовища, реклама на спортивних змаганнях, концертах;
- оформлення лавок на зупинках;
- запрошення в магазин відомих артистів, спортсменів, коментаторів.

Реклама в інтернеті – форма заочного подання в мережі інтернет інформації про товари та (або) послуги.

Сучасні види реклами.

Крім традиційних існують деякі сучасні види реклами:

- продакт-плейсмент, спонсорство;
- спільна реклама декількох брендів;
- соціальна (благодійність і інші види некомерційної діяльності комерційної компанії);
- політична (зачіпає інтереси політиків у зміцненні положення компанії в суспільстві);
- приватні оголошення (не пов’язані з підприємницькою діяльністю – як вид соціальної реклами);

Інструменти демонстрації реклами:

Щитова конструкція (білборд) – наземний рекламний засіб, який має зовнішні поверхні для розміщення реклами, складається з каркаса та інформаційного поля (полів). Окремостоячі щитові конструкції поділяються за конструктивним рішенням рекламного засобу на:

- - щитові конструкції одно- або двосторонні/двоплощинні на одній опорі: “прапор“, “гусак“, “подвійний прапор“
- - призматрони – конструкції зі змінним зображенням
- - беклайти – рекламні конструкції з внутрішньою підсвіткою
- - скрол – рекламна конструкція зі змінною системою зображень
- - сіті-борд – рекламна конструкція з рекламним полем з LED-панелей
- Щитова конструкція 6 м x 3 м
- Щитова конструкція 4 м x 3 м
- Щитова конструкція 8 м x 4 м
- Щитова конструкція 2,37 м x 3,37 м
- Сіті-лайт – двосторонній світловий стенд з розміром однієї рекламної площини, як правило, 1,2 м x 1,8 м.

Поділяється за конструктивним рішенням рекламного засобу на:

Сіті-лайт 1,2 м x 1,8 м на високій опорі (висота від поверхні землі до низу конструкції – 2,5 м)

- - сіті-лайт 1,2 м x 1,8 м на низькій опорі

Трієдр – вертикальна рекламна конструкція у вигляді прямої тригранної призми, встановлена на опорі. Всі три рекламні площини однакові і мають розмір площин, як правило, 1,2 м x 1,8 м. Висота від поверхні землі до низу конструкції – 2,5 м

Пілон – рекламна конструкція у вигляді плоскої стели з двома площинами розміром, як правило, 1,5 м x 3,0 м з внутрішньою підсвіткою

Тумба – рекламна конструкція циліндричної форми з діаметром як правило 0,9 м і більше та висотою 1,8 м і більше з внутрішньою підсвіткою

Панно (брендмауер) – рекламний засіб, закріплений на торцевій стіні будівель різних розмірів, виготовлений, як правило, з банерного полотна

Проекційні установки – рекламні конструкції, призначені для відтворення зображення на землі, на площинах стін і в об’ємі. Конструкції проекційних установок складаються з пристрою, який проектує, і поверхні (екрана) або об’єму, у якому формується інформаційне зображення

Елементи благоустрою: зупинкові павільйони, малі архітектурні форми, намети, парасолі, телефонні кабінки, туалети, смітники, лави, які використовуються як рекламні засоби

Рекламні конструкції надувні – повітряні кулі, короби тощо

Рекламний прапор – конструкція з символікою розповсюджувачів зовнішньої реклами (товарні знаки, скорочені найменування тощо), що складається з основи, одного або декількох флагштоків (стійок) і м’яких полотнищ

Реклама на тимчасових огорожах, будівельних сітках – реклама, яка розміщується на огорожах об’єктів будівництва на час дії дозволів на проведення будівельних робіт.

Ці об’єкти рекомендується брендувати будівельними сітками або банерами на вініловій основі

Рекламні конструкції на фасадах окреmostоячих будівель торгових центрів – рекламний засіб, закріплений на фасаді будівель різних розмірів, призначений для висвітлення інформації про орендарів

Рекламні конструкції на фасадах окреmostоячих будівель супермаркетів – рекламний засіб, закріплений на фасаді будівель різних розмірів, призначений для висвітлення інформації про акційні товари

Холдери – виконуються у розмірах, як правило, 0,7 м х 2 м на банерній тканині у жорсткому каркасі

Домашнє завдання:

- ✓ **Опрацювати матеріал**
- ✓ **Виконати короткий конспект**

Фотографію конспекту надіслати викладачу mTanatko@ukr.net