Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/138430>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Общая социология

ВВЕДЕНИЕ 3

1. Эффективные виды рекламы в современном обществе 4

2. Проблема отношения населения к рекламе 9

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 13

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 15

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня практически в любом большом или же маленьком городе, и даже поселке, можно обнаружить различные носители рекламной информации, такие как рекламные щиты, вывески или рекламные перетяжки. Стоит отметить, что такое распространение рекламных носителей воспринимается нами вполне обыденно, как так и надо. Между тем, каждый определенный рекламный носитель имеет определенную задачу, эффективность.

Рекламная деятельность своими истоками уходит глубоко в историю, еще во времена существования древней Римской империи. Реклама в то время возвышалась чаще в устной форме, а в письменной гораздо реже, ведь тогда было очень мало людей, которые умели писать, читать, то есть владели базовыми основами грамотности. На Руси первопроходцами рекламной деятельности были, конечно, купцы, которые для привлечения покупателей на продаваемые ими товары специально нанимали зазывал, которые хвалили их товары. Зазывалы были весьма оригинальны, выбирая различные способы привлечения к себе, и хвалились товарам внимания, прибегая к весьма изощренным и хитрым методам. В то время зазывалы играли роль современных промоутеров.

Рекламная деятельность имеет ряд положительных качеств. Сначала реклама является полезной для предпринимателей (производитель, продавец), с ее помощью позиционируют на потребительском рынке свои услуги и товары. С помощью рекламных манипуляций они заметно увеличивают темпы продаж, получают живой приток новых клиентов-покупателей.

Цель работы – рассмотреть рекламу в социальном пространстве и отношение к ней различных слоев населения.

По структуре работа состоит из введения, основной части, заключения, списка литературы.

1. Эффективные виды рекламы в современном обществе

Сегодня важность использования рекламы для продвижения товара или услуги совершенно очевидна. Каждый производитель заинтересован в том, чтобы потребитель знал о продукте или услуге. Каков наиболее эффективный способ достижения ваших целей и максимизации прибыли? Чтобы ответить на этот вопрос, давайте посмотрим, какие типы существуют в наше время.

Реклама классифицируется по большому количеству характеристик - типу целевой аудитории, предмету рекламной коммуникации, способу воздействия и так далее.

Но общей классификацией является деление рекламы по характеру целей: коммерческая реклама; некоммерческая реклама.

Целью коммерческой рекламы является продвижение объектов, рекламирующих товар, услугу, имидж, идею, личность, организацию, государство, территорию и т. д. естественным результатом коммерческой рекламной коммуникации является продажа товара или услуги с материальной выгодой. Коммерческая реклама включает в себя: рекламу конкретного товара или услуги, рекламу бренда, имиджевую рекламу, корпоративную рекламу и т. д. [4, с.120]

Некоммерческая реклама традиционно включает в себя социальную и политическую рекламу.

Политическая реклама - это вид политической коммуникации, представляющий собой передачу содержания

идеи между коммуникатором и реципиентом в политическом пространстве.

Социальная реклама - это вид коммуникации, направленный на привлечение внимания к наиболее острым проблемам общества и его нравственным ценностям, направленный на актуализацию проблем общества [9, с.281].

Таблица 1

Сравнительный анализ коммерческой и социальной рекламы

Критерии Социальная

Коммерческая

Назначение Гуманизация общества и формирование его моральных ценностей Продвижение на рынке
бренда / товара / услуги

Миссия Изменение поведенческой модели общества с гуманистической, социальной точки зрения

Изменение поведенческой модели общества с экономической точки зрения

Роли Образовательная, воспитательная, агитационная, коммуникационная, информационная

Маркетинговая, экономическая, социальная, коммуникационная, информационная

Предмет Идея, обладающая определенной социальной ценностью Товар, услуга, объект (компания, бренд)

Типы / виды Некоммерческая, общественная, государственная, социальная

Потребительская (торгово-розничная), политическая, имиджевая, адресно-справочная, корпоративная,
социальная (общественная)

Цели Привлечь внимание к назревшим социальным проблемам, изменить отношение населения к какой-
либо проблеме Создать осведомленность, предоставить информацию, убедить, напомнить, склонить к
решению о покупке

Благодаря правильному использованию рекламы компания может не только увеличить продажи, но и решить такие стратегические задачи, как создание положительного имиджа бренда на потребительском рынке. Реклама - это эффективный инструмент, позволяющий компании выжить на рынке в условиях постоянной конкуренции и войны за потребителя. Кроме всего этого, рекламу можно классифицировать по способу передачи рекламной информации. На улице, например, можно увидеть множество наружной рекламы, в виде различных ресторанных и магазинных вывесок, светодиодных панелей и рекламных щитов. Рекламные рисунки и надписи можно найти на большинстве видов общественного городского транспорта, таких как троллейбусы, трамваи или маршрутные автобусы.

Преимуществом такой рекламы является ее низкая стоимость для заказчика, хотя гораздо эффективнее использовать другие виды рекламы одновременно с наружной рекламой или комбинировать несколько объектов наружной рекламы.

Реклама на общественном или любом другом виде транспорта эффективна благодаря мобильности самого рекламно-информационного носителя, что позволяет привлекать клиентов из разных регионов страны и даже из-за рубежа.

Рис. 1 Реклама на транспорте

Наиболее эффективными и дорогостоящими инструментами воздействия рекламодателя на мнение потребителей являются радио, пресса и особенно телевидение, которое особенно интенсивно используется в рекламных целях в нашей стране и в других постсоветских государствах, зачастую даже без меры. Преимуществом рекламы в прессе является меньшая стоимость по сравнению с рекламой на радио и телевидении. Информация в печатном виде (журналы, газеты, буклеты) хранится длительное время. Эффективность данного вида рекламы зависит от того, насколько удачно был выбран рекламный носитель selected.in иными словами, публикация должна тематически перекрывать размещенную в ней рекламную информацию. Как уже говорилось, рекламные сообщения должны быть краткими и недвусмысленными. Телевидение - это предел всех мечтаний и желаний каждого рекламодателя, но не каждый может позволить себе роскошь такого инструмента продвижения бизнеса.

1. Андреева, Н. Н. Организация рекламной деятельности / Н.Н. Андреева. – СПб.: Проспект науки, 2017. – 88 с.
2. Батра, Р. Рекламный менеджмент / Р. Батра. – М.: Изд. Дом «Вильямс», 2014. – 152 с.
3. Джулер, А. Д. Креативные стратегии в рекламе: Искусство создания эффективной рекламы / А. Д. Джулер. – СПб.: Питер, 2012. – 384 с.
4. Матанцев, А. Н. Искусство завоевывать рынок: монография / А.Н. Матанцев. - М.: Экономист, 2016. – 286 с.
5. Матанцев, А. Н. Эффективность рекламы: учеб. пособие/ А.Н. Матанцев. - М.: Финпресс, 2017. – 416 с.
6. Мокшанцев, Р.И. Психология рекламы: Учеб. пособие / Науч. ред. М.В. Удальцова. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2017. – 230 с.
7. Петров, А. П. Рекламная деятельность / А. П. Петров. – М.: Высшая школа, 2018. – 276 с.
8. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR / И.Ш. Резепов. – М.: Дашков и К., 2016. – 224 с.
9. Федотова, Л. Н. Социология рекламной деятельности / Л.Н. Федотова. – М.: Оникс, 2017. – 560 с.
10. Уэллс, У. Б. Реклама: принципы и практика / У. Б. Уэллс, М. С. Джон. – СПб.: Питер, 2014. – 797 с.
11. Феофанов, О. А. Реклама: новые технологии в России / О. А. Феофанов. – СПб.: Питер, 2016. – 215 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/138430>