

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/kurovaya-rabota/17093>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Реклама и PR

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1 Понятие рекламного обращения. Процесс разработки рекламных посланий 4

1.1 Понятие и сущность рекламного обращения 4

1.2 Процесс разработки рекламных посланий 7

2 Подходы к творческому рекламному процессу 14

3 Значение креатива (творчества) в рекламной деятельности. 22

Заключение 34

Список использованных источников 35

Введение

Актуальность темы исследования. Сила рекламы известна всем: потребители покупают продукты известных и рекламируемых торговых марок, обращают внимание на яркие упаковки, запоминают фразы из рекламы, услышанной по радио. Все это достигается усилиями специалистов в области рекламы. Рекламный продукт – это сообщение, с помощью которого компания-производитель обращается к целевой аудитории, чтобы побудить купить товар или услугу. Обращение может быть различным: базирующееся на эмоциях потребителя, раскрывающее функциональную сторону товаров или услуг, опирающееся на устоявшиеся в обществе нормы и ценности или, наоборот, отрицающее привычное. Основой рекламного обращения является текст, т.е. письменное изложение наиболее важных аргументов, призывов и мотиваций, которые должны помочь решить поставленные задачи. Рекламное обращение может быть длинным и аргументированным или коротким и броским. Величина текстового рекламного обращения определяется, прежде всего, товаром, который рекламируется, и целями рекламы.

Цель исследования – изучить и проанализировать разработку эффективного рекламного обращения.

Задачи исследования:

1) изучить понятие рекламного обращения;

2) рассмотреть процесс разработки рекламных посланий;

3) проанализировать подходы к творческому рекламному процессу и значение креатива (творчества) в рекламной деятельности.

Предмет исследования – рекламное обращение.

Объект исследования – его разработка.

Работа состоит из введения, трех глав основного текста, заключения и списка использованных источников.

1 Понятие рекламного обращения. Процесс разработки рекламных посланий

1.1 Понятие и сущность рекламного обращения

Рекламное обращение | Advertising message – сообщение рекламного характера, которое нацелено на целевую аудиторию. В электронной рекламе рекламное обращение передается, как правило, с помощью изображения или звука. Рекламное обращение, которое передается через печатные СМИ, должно включать в себя несколько элементов.

Заголовок. Является главным привлекающим элементом. Выполняет несколько функций: привлекает внимание, вводит читателя в главную часть текста, отражает идею рекламного обращения, создает настроение и образ, называет марку товара. Кроме того, заголовок сообщает то новое, что должно быть интересно читателю.

Подзаголовок. Подкрепляет тему и заголовок рекламного обращения. Сообщает больше информации, чем заголовок.

Основной текст рекламного обращения. Содержит полную информацию, является логическим продолжением заголовка и подзаголовка. Основной текст рекламного обращения рассказывает читателю, как данный товар может удовлетворить потребности человека.

Реквизиты. Могут включать в себя логотип, адрес и название компании, марку товара. Используется для идентификации рекламодателя.

Список использованных источников

1. Бондаренко В. А., Короткова Н. П. Разработка рекламной компании и повышение информативности сайта компании для фирмы ООО «СВЕТ» // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 30. – С. 61–65.
2. Добрикова Т. С., Ковалева А. М. Роль рекламы в современном обществе // Молодой ученый. — 2012. — №12. — С. 201-203.
3. Мажерина Е. Э. Место творчества и креатива в дизайне современного рекламного плаката // Молодой ученый. — 2013. — №6. — С. 802-806.
4. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. Основы рекламы. Учебник. — 11-е изд., перераб. и доп. — М.: Дашков и К°, 2008. — 548 с.
5. Поносова Е.В. (ред.) Человек. Общество. Экономика: проблемы и перспективы взаимодействия 2014. VIII ежегодная всероссийская научно-практическая конференция студентов. 24 апреля 2014 г. / Под ред. Е.В. цензура - Пермь: АНО ВПО «Пермский институт экономики и финансов», 2014. – 428 с.
6. Попов Ю.Л. Маркетинг. Учебник. — Волгоград: ВолгГАСУ, 2015. — 189 с.
7. Сборник тезисов XXXVI научно-практической конференции Донской академии наук юных исследователей им. Ю.А. Жданова. Ростовское отделение Общероссийской Малой Академии Наук «Интеллект будущего» (18-20 марта 2011 года). Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, ДАНЮИ, 2011. – 251 с.
8. Симонян, Т. В. Маркетинг и маркетинговые коммуникации [Текст] : учеб. пособие для вузов / Т. В. Симонян, Т. Г. Кизилова. - Ростов н/Д. : Феникс, 2011. - 213 с.
9. Щербич, Г.А. Маркетинговые коммуникации: практикум / Г. А. Щербич, С. Ю. Искра, Н. В. Карелина. - Минск: БГЭУ, 2010. - 146 с.
10. Виды рекламного продукта, творческий подход. - <https://berichnow.ru/stati/vidyi-reklamnogo-produkta-tvorcheskiy-podhod>
11. Креативная реклама. - <http://www.firmennyi-stil.ru/aidentology/73/>
12. Основные правила и этапы создания рекламного обращения. - <http://www.advschool.ru/articles/article4141.htm>
13. Рекламное обращение. - <https://pr-agentstvo.com/marketing-dictionary/r/reklamnoe-obrashhenie-advertising-message.html>
14. Рекламное обращение. Структура, форма и основные этапы его разработки. - <http://www.puhonto.ru/question50.htm>
15. Рекламное обращение: составляющие, подходы, основные модели восприятия. - <http://internet-advance.ru/razrabotka-i-tehnologii-reklamnogo-produkta/reklamnoe-obrashhenie-sostavlyayushhie-podhody-osnovnye-modeli-vozpriyatiya/>
16. Сущность и значение рекламного креатива. - <http://sitereklama.ru/article120-page5.html>
17. Творчество на заказ: этический аспект. - <https://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/tvorchestvo-na-zakaz-eticheskijj-aspekt/>
18. Форма и композиция рекламного обращения. - <http://www.advertiser-school.ru/advertising-theory/form-and-composition-of-advertisement.html>

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/kurovaya-rabota/17093>