

РЕКЛАМА И ЕЕ РОЛЬ В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ

студент гр. 101850 Копытко Н.А.

Научный руководитель – ст. преподаватель Зубрицкий А.Ф.

Реклама представляет собой неличные формы коммуникации, осуществляемые через посредство платных средств распространения информации, с четко указанным источником финансирования. Цель рекламы - донесение информации от рекламодателя до целевой аудитории. Цели рекламной деятельности должны быть четко установлены, выражены количественно и определены сроками, что позволит контролировать эффективность рекламных мероприятий.

Первым шагом в процессе разработки рекламной программы является постановка задач рекламы. Задачи эти могут вытекать из ранее принятых решений о выборе целевого рынка, маркетинговом позиционировании и комплексе маркетинга.

Следующая задача рекламодателя — выбрать средства распространения для размещения своего рекламного обращения. Процесс выбора состоит из нескольких этапов: 1) принятие решений о широте охвата, частоте появления и силе воздействия рекламы; 2) отбор основных видов средств распространения информации; 3) выбор конкретных носителей рекламы и показатель стоимости рекламы в расчете на 1000 человек; 4) принятие решений о графике использования средств рекламы. Затем специалист по средствам рекламы приступает к выбору наиболее рентабельных из них. Реклама является составной частью торговой деятельности, той частью, в которой проявляется активное воздействие торговли как на производство, так и на потребление.

Рекламная деятельность осуществляется планомерно на основе концепции единой торговой политики. Определив задачи своей рекламы, фирма может приступать к разработке рекламного бюджета на каждый отдельный товар. Роль рекламы состоит в поднятии спроса на него.