

УДК 659.1 (075.8)

ББК 85.127

П 48

Рецензенты:

преподаватель специальных дисциплин УО «Витебский государственный колледж культуры и искусств», магистр педагогики Сенько Е.В.;

художник-проектировщик рекламы СООО «Белвест»
Малаховская Н.М.

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом
УО «ВГТУ», протокол № 1 от 21.09.2021.

Попова, А. В.

П 41 Теория и практика рекламы: конспект лекций / А. В. Попова. – Витебск : УО «ВГТУ», 2021. – 105 с.
ISBN 978-985-481-700-2

В конспекте лекций представлены данные, информирующие об исторических и теоретических основах понятия рекламы; основных видах современной рекламы; изложен материал, раскрывающий особенности составления рекламного текста.

Конспект лекций составлен в соответствии с основными темами учебной программы.

Для студентов, преподавателей и аудитории, интересующейся вопросами теории рекламы.

УДК 659.1 (075.8)

ББК 85.127

ISBN 978-985-481-700-2

© УО «ВГТУ», 2021



СОДЕРЖАНИЕ

ЛЕКЦИЯ 1. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ.....	6
1.1 Зарождение рекламы в Древнем мире	6
1.2 Реклама в Средние века.....	10
1.3 Западноевропейская и американская реклама Нового времени	18
1.4 Дореволюционная отечественная реклама.....	23
1.5 Реклама советского периода	32
ЛЕКЦИЯ 2. ПОНЯТИЕ О РЕКЛАМЕ. ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕКЛАМЫ. ФУНКЦИИ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ.....	35
2.1 Основные категории и понятия рекламной деятельности: рекламодатель, рекламное агентство, рекламополучатель, группа целевого воздействия, предмет рекламы, рекламный процесс	35
2.2 Экономические и внеэкономические цели рекламы	38
2.3 Реклама и общество	39
ЛЕКЦИЯ 3. ВИДЫ И КЛАССИФИКАЦИЯ РЕКЛАМЫ	41
3.1 Реклама: товарная, имиджевая, корпоративная, некоммерческая, государственная	41
3.2 Коммерческая реклама	43
3.3 Социальная реклама.....	44
3.4 Политическая реклама	45
ЛЕКЦИЯ 4. ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ РЕКЛАМЫ: РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ И ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ	47
4.1 Предварительный этап.....	47
4.2 Проектная деятельность	50
ЛЕКЦИЯ 5. ОСНОВНЫЕ ВИДЫ СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЫ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВИДА СООБЩЕНИЯ И КАНАЛА ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ.....	52
5.1 Реклама в прессе; печатная реклама; аудиовизуальная реклама, радио- и телереклама; выставки и ярмарки; рекламные сувениры; прямая почтовая реклама; компьютеризованная реклама.....	52
5.1.1 Реклама в прессе	52
5.1.2 Печатная реклама.....	55
5.1.3 Аудиовизуальная реклама.....	57
5.1.4 Радиореклама.....	57
5.1.5 Телереклама.....	59
5.1.6 Выставки и ярмарки.....	60
5.1.7 Рекламные сувениры	61
5.1.8 Прямая почтовая реклама	63
5.1.9 Компьютеризованная реклама.....	65
5.2 Виды рекламы по целевой аудитории, по широте охвата аудитории	65
5.3 Виды рекламы в зависимости от задач	68

ЛЕКЦИЯ 6. РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ. SMM-ПРОДВИЖЕНИЕ.....	69
6.1 Интернет-реклама: возможности и преимущества Интернет как средства рекламы, основные рекламоносители в сети Интернет. Баннерная реклама. Контекстная реклама. Поисковое продвижение. SEO-оптимизация. Рынок интернет-рекламы	69
6.2 Рекламная коммуникация в социальных сетях. SMM-продвижение в социальных сетях. Создание бренд-платформы. Продвижение в социальных сетях. Управление репутацией. Клиентская поддержка. Мониторинг. Размещение рекламы в социальных сетях. Особенности рекламирования в социальных сетях Facebook, Vkontakte и др.....	70
ЛЕКЦИЯ 7. ВИРУСНАЯ РЕКЛАМА	73
7.1 Создание и размещение вирусной рекламы.....	73
7.2 Вирусная реклама в интернете, на улицах города, в кинофильмах.....	74
ЛЕКЦИЯ 8. ПСИХОЛОГИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ В РЕКЛАМЕ.....	76
8.1 Психотехнологии в рекламе.....	76
8.2 Метод манипуляции в рекламе.....	77
8.3 Мотивации и поведение потребителя.....	78
ЛЕКЦИЯ 9. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ПРОЦЕССА КОММУНИКАЦИИ. РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ.....	80
9.1 Основные понятия процесса коммуникации: отправитель, кодирование информации, сообщение, декодирование информации, получатель, ответная реакция, обратная связь, помехи	80
9.2 Реклама в системе маркетинговых коммуникаций: товар, цена, каналы распределения товара, комплекс стимулирования сбыта.....	81
ЛЕКЦИЯ 10. РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ И ЭТАПЫ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ.....	83
10.1 Определение рекламной кампании	83
10.2 Этапы проведения рекламной кампании: исследования, стратегическое планирование, тактические решения, производство рекламной продукции и проведение рекламной кампании, подведение итогов.....	84
10.3 Рекомендации по составлению плана рекламной кампании.....	86
ЛЕКЦИЯ 11. РЕКЛАМНОЕ СООБЩЕНИЕ: СОДЕРЖАНИЕ, ФОРМА, СТРУКТУРА	88
11.1 Этапы создания рекламного сообщения.....	88
11.2 Уровни рекламного сообщения	89
11.3 Структура и композиция рекламного сообщения	89
11.4 Знаки и символы в рекламе.....	91
ЛЕКЦИЯ 12. ЖАНРОВО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА.....	93
12.1 Задачи рекламного текста	93
12.3 Морфологические и синтаксические особенности рекламного текста....	93
12.4 Рекомендации по составлению рекламного текста	95
ЛЕКЦИЯ 13. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНЫХ СРЕДСТВ В РЕКЛАМЕ ...	97

13.1 Невербальные средства выражения информации в рекламе: изображение, шрифтовое и цветовое выделение, особенности рекламного макета. Взаимодействие визуальной и вербальной частей	97
13.2 Восприятие информации. Принципы визуального восприятия цвета. Трехмерность восприятия	99
13.3 Композиция кадра. Принципы композиции кадра. Технические приемы съемок видеоролика. Монтаж как творческий метод организации видеоматериала и средство художественной выразительности	100
ЛИТЕРАТУРА	103

