

ВИДЫ СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЫ

Реклама в современном мире представляет собой сложное социальное явление, далеко шагнувшее за рамки вида трудовой деятельности человека. Она представляет собой не просто бизнес, а значительно более широкое явление, охватывающее или по меньшей мере оказывающее влияние почти на все сферы жизни общества:

- производственную (реклама выступает как орудие сбыта произведенного товара)
- социальную (реклама выполняет коммуникативную функцию, соединяя интересы различных групп общества)
- нравственно-правовую (цивилизованная реклама служит инструментом пропаганды этических и правовых норм в торговой-экономической деятельности)
- культурно-образовательную.

Фактором, оказавшим глобальное влияние на рекламу в последнее время, можно назвать переход общества с технологической на новую, информационную, стадию развития. Развитые страны Запада уже вступили по существу в новую эпоху – эпоху глобальных информационных процессов. И реклама как ее отражение приобрела и продолжает приобретать новые специфические черты и виды.

Индор реклама (или indoor реклама) – это одно из новейших направлений рынка рекламы в нашей стране – это реклама, которая расположена внутри помещений, как правило, используется внутри торговых центров, магазинов, супермаркетов. Однако сейчас Indoor реклама нашла более широкое применение, она также используется в кинотеатрах, развлекательных центрах, аэропортах, автобусах, бизнес центрах, и пр. Продакт-плейсмент (product placement) – рекламный метод, заключающийся в том, что в сюжет, реквизит фильма, телевизионной передачи, компьютерной игры, музыкального клипа или книги включается товар, бренд, образ, имеющий аналог реального коммерческого продукта.

Интернет-реклама – реклама, размещаемая в сети Интернет; представление товаров, услуг или предприятия в сети Интернет, адресованное массовому клиенту и имеющее характер убеждения.

Эмбиент-реклама (англ. ambient advertising или ambient media, от англ. ambient – окружающий) – направление в рекламе, использующее вместо традиционных носителей рекламных сообщений, таких

площади в печатных СМИ, время в эфире теле- и радиоканалов или рекламных щитов, элементы окружающей среды: скамейки, двери, стены домов, офисные принадлежности и т.п.

Средства рекламы (каналы распространения рекламных посланий) выбираются таким образом, чтобы эффективно достичь внимания целевой аудитории. Причем, основными критериями при выборе каналов распространения рекламных посланий является обеспечения максимального охвата целевой аудитории, соответствие стоимости размещения рекламы с рекламным бюджетом и соответствие характера рекламного сообщения особенностям канала. Кроме того, выбор средств рекламы производится таким образом, чтобы обеспечить необходимый географический охват потребителей и желаемые частоту и форму подачи материала.

Реклама использует самые разнообразные формы агитации и пропаганды. Огромная сила и интенсивность их воздействия может формировать мораль общества, цели и образ жизни различных людей. Даже человек, ненавидящий рекламу может попасть под её воздействие, так как изолироваться от рекламы он не сможет. Реклама постоянно поглощает новейшие средства массовой коммуникации. Несколько лет назад интернет служил исключительно научным и производственным целям, а сейчас это фактически огромная рекламная сеть, которая расширяется за счет средств рекламных агентств.

ЛИТЕРАТУРА

1. Advertising: Definition, Nature, Features, Objectives, Types, Importance and Examples/ Akanksha S. [Электронный ресурс]– Режим доступа: <https://www.businessmanagementideas.com>, свободный.

2. Определение и признаки рекламы. [Электронный ресурс]– Режим доступа: https://studopedia.ru/3_9196_opredelenie-i-priznaki-reklami.html, свободный.

УДК 332.05

Студ. Е.Е. Долинина, (БНТУ)

Науч. рук. доц. Е.В. Мещерякова

(кафедра менеджмента, технологий бизнеса и устойчивого развития, БГТУ)

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ КАК ПРЕДПОСЫЛКА РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года гласит, что стратегической целью устойчивого развития Республики Беларусь является обеспечение высоких жизненных стандартов населения и