Тема 5\_6

**Класифікація реклами**

1. Локальна, регіональна, загальнонаціональна, міжнародна реклама
2. Реклама-інформація, реклама-переконання, реклама-нагадування, імідж-реклама.
3. Медійна реклама: загальна характеристика.
4. Телевізійна реклама: форми та жанри
   1. пряма телерекламу,
   2. спонсорство телепрограм,
   3. інтеграція реклами в телепрограми (продакт-плейсмент),
   4. накладення реклами поверх кадру («рядок, що біжить», банери, пропозиція SMS-інтерактиву)
   5. рекламне оголошення, рекламний ролик, рекламна передача (фільм).
5. Радіореклама: форми та жанри
   1. пряма радіореклама (рекламні повідомлення у рекламних блоках),
   2. спонсорство,
   3. інтеграція реклами в радіопрограму,
   4. рекламне радіооголошення, рекламний ролик, радіожурнал.
6. Інтернет-реклама
   1. Контекстна реклама,
   2. Тизерна реклама,
   3. Банерна реклама,
   4. Відеореклама
   5. Реклама в соцмережах
   6. Партнерський маркетинг
   7. SEO (search engine optimization)
   8. Безкоштовна реклама в інтернеті
7. Види та жанри реклами у пресі
   1. Модульна реклама,
   2. Рубрична реклама,
   3. Текстова реклама
   4. Інформаційні жанри (замітка (події, анонс, анотація, міні-рецензія), інтерв'ю),
   5. Аналітичні жанри,
   6. Художньо-публіцистичні жанри (описові та сюжетні нариси)
8. Немедійні види реклами:
   1. пряма (поштова розсилка, реклама по телефону, реклама за допомогою особистого контакту),
   2. друкована (рекламний каталог, рекламний проспект, рекламний буклет, рекламна листівка, рекламний плакат),
   3. сувенірна реклама,
   4. реклама в місцях продажу,
   5. рекламні заходи
9. Зовнішня, внутрішня, транзитна реклама
10. Реклама за характером взаємодії
    1. Позиційна реклама,
    2. Реклама масованої дії,
    3. Стимулююча реклама,
    4. Порівняльна реклама
    5. Імітуюча реклама
11. Соціальна реклама, політична реклама, комерційна реклама, релігійна реклама, публічна реклама, територіальна реклама, особистісна реклама: загальна характеристика.

**Література**

* Капінус Л. В. Класифікація реклами та її практичне значення в підвищенні ефективності управління поведінкою споживачів/ Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2010. № 35. С. 113-119. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnukht_2010_35_25> .
* Попова Н. В. Основи реклами : навчальний посібник. Харків: Видавництво «ВДЕЛЕ», 2016. 145 с. <https://www.researchgate.net/profile/Nadezhda-Popova-5/publication/326466060_Popova_NV_Osnovi_reklami/links/5b4f69cda6fdcc8dae2b3470/Popova-NV-Osnovi-reklami.pdf>
* Рижко І.В., Хлопук Т.Ю., Рожило М.А. Зовнішня реклама: види та прийоми, що забезпечують її ефективність. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи: науково-практичний журнал*. 2012. - № 1 (1). - С. 39 - 42. <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/8618/1/Ryzhko_I.%2c%20Hlopuk_T.%2c%20Rozhylo_M.PDF>
* Романенко Л. Ф. Інтернет-реклама: її види та інструменти. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2017. Вип. 1. С. 71-73. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2017_1_21>
* Види інтернет-реклами <https://ilion.digital/ua/vidi-internet-reklami/>
* Реклама : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.; за ред. І. Ю. Кутліної. Київ: ДП «Вид. дім «Персонал», 2010. 98 с. <https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/reklama.pdf>