Практичне завдання 11

**Тема: Реклама та рекламна діяльність**

Завдання 1.

Порівняйте в табличній формі переваги й недоліки різних засобів розповсюдження реклами.

*Переваги й недоліки різних засобів розповсюдження реклами*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Засіб розповсюдження реклама | Перевага | Недоліки |
| реклама в газеті |  |  |
|  на телебаченні  |  |  |
| реклама в Інтернеті  |  |  |
| пряма адресна реклама  |  |  |

Завдання 2.

Визначте цільову аудиторію таких рекламних комунікацій (відповідь обґрунтуйте):

1) підприємство «Шик» пропонує чоловічі сорочки на різні смаки. Ми маємо великий вибір на будь-який самк та для будь-якого приводу. Ми чекаємо на Вас.

2) Саме для Вас ми пропонуємо найсучаснішу електрону книгу, яка задовольнить найвимогливішого покупця. Читайте та насолоджуйтеся!!!

3) Ексклюзивна продукція під торговельною маркою «Будинок іграшок» виготовляється з натуральних тканин й абсолютно безпечна для малят. Саме сьогодні ми випустили на ринок нову лінію продукції «В’язана лялька». Її виготовлено виключно із натуральних компонентів (бавовна, шерсть, віскоза). Не викликає алергічних реакцій, приємна на дотик, пластична. Така іграшка наповнена любов’ю майстрів, адже на 80 % виготовлена вручну. Таку іграшку просто не хочеться випускати із рук – на дотик вона настільки приємна й тепла, ніби оживає... . Ціна ляльки – 250 грн.;

4) Ми пропонуємо Вам потужну, надійну машину для нарізки хлібу Daub BRS-208. Ви одразу оціните переваги нашої машинки.

5) Підприємство «Малятко» представляє високоякісне дитяче харчування для дітей різного віку. Наш девіз – «Здорова нація». Тому ми виготовляємо нашу продукцію лише з натуральної сировини, не використовуємо консервантів. Продукція повністю відповідає вимогам нормативної документації. Куштуйте та насолоджуйтеся!

*Завдання 3.*

Нещодавно страхова компанія «Полісся», що займається медичним страхуванням, передала по телебаченню рекламне звернення такого змісту: «Якщо ваш роботодавець не обрав нашу програму медичного страхування, запитайте його: Чому?». Поясніть суть стратегії просування, покладеної в основу цього рекламного звернення.

Завдання 4.

Зробіть аналіз будь-якого рекламного звернення в засобах масової інформації. Важливо розглянути такі аспекти, як спосіб представлення інформації, використані ресурси (текст, зображення, відео, звук), а також тон та спрямованість повідомлення.

* Цільова аудиторія: Хто є цільовою аудиторією цих рекламних звернень? Чи успішно спрямовані вони на свою цільову аудиторію?
* Повідомлення: Яка основна ідея або повідомлення, що міститься у рекламі? Як ця ідея передається через вибрані засоби комунікації?
* Ефективність: Наскільки ефективно ці реклами досягають своєї мети? Чи викликають вони бажаний реакцію від цільової аудиторії?
* Використані ресурси: Які засоби використовуються в рекламі (текст, зображення, відео, звук)? Як ці ресурси співпрацюють між собою для створення ефективного повідомлення?
* Тон і стиль: Яким є тон та стиль рекламних звернень? Чи відповідає він цільовій аудиторії і меті реклами?

Завдання 5.

Запропонуйте нетрадиційні засоби розповсюдження реклами.