

- Reklama – informacja połączona z komunikatem perswazyjnym. Zazwyczaj ma na celu skłonienie do nabycia lub korzystania z określonych towarów czy usług, popierania określonych spraw lub idei (np. promowanie marki).



- Reklama przybiera różną postać – od rzetelnej informacji o cechach produktu, spotykanej głównie w prasie specjalistycznej, po wychwalanie produktu bez rzetelnej informacji merytorycznej o przedmiocie reklamy, co często przypisuje się reklamie telewizyjnej.



Czasami reklama występuje w formie ukrytej – np. firmy organizują prezentacje własnych technologii czy też piszą artykuły do prasy specjalistycznej na ich temat – co jest na pograniczu reklamy i edukacji lub ukazywane są przedmioty, będące towarami określonej marki, umieszczone w kontekście filmu fabularnego.

- Ponieważ celem reklamy jest skuteczność ich oddziaływania na odbiorcę, dlatego można się spotkać w reklamie z treściami wywołującymi np. skandal obyczajowy lub procesy sądowe. Dzięki temu wzrasta zainteresowanie wokół reklamy a tym samym siła oddziaływania kampanii reklamowej.



To jest miejsce
na **Twoją** reklamę!



Na co czekasz?...

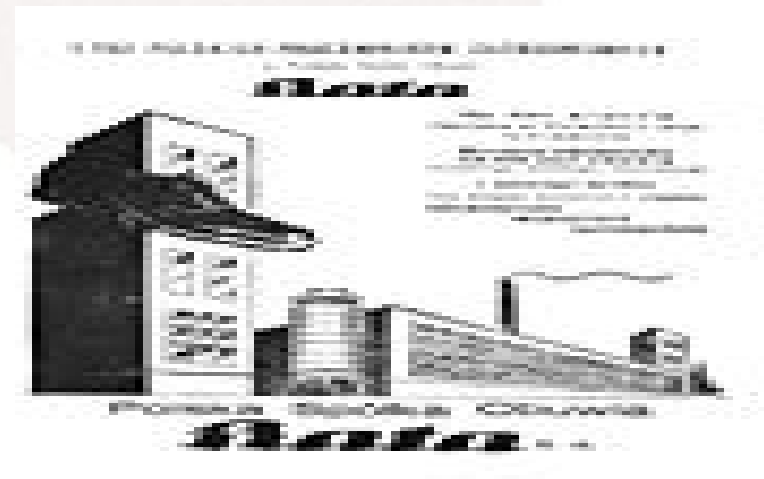
- Ważną cechą odróżniającą
- w komunikacji poprzez media
- reklamę od public relations jest
- to, że reklama jest formą
- płatną, tzn. reklamodawca
- płaci mediom za nadanie
- komunikatu reklamowego i ma
- nad tym komunikatem pełną
- kontrolę.

- Zdecydowana większość reklam charakteryzuje się celami komercyjnymi. Można jednak wyróżnić również reklamę społeczną oraz reklamę polityczną. Ponadto istnieją zjawiska łączące ze sobą wymienione typy reklam – reklamy powstające w ramach kampanii marketingowych łączących cele komercyjne z celami społecznymi (tak prowadzony marketing określa się mianem marketingu społecznie zaangażowanego (ang. Cause Related Marketing). Tego typu reklam nie należy mylić z reklamami społecznymi.



HISTORIA REKLAMY

- Swoiste formy reklamy pochodzą z czasów starożytnych. Stosowali reklamę w postaci napisów na ścianach budynków, kamiennych lub terakotowych szyldów karczmy, zajazdy. Średniowieczni handlowcy wykrzykiwali ceny oraz zachwalali cechy swoich towarów i dóbr. W ten sposób powstała pierwsza w historii forma reklamy – reklama ustna.
- W starożytnej Grecji pojawiła się reklama pisemna. Miała ona charakter spisanych informacji dotyczących wydarzeń kulturalnych i sportowych.
- Wynalezienie przez Gutenberga druku zrewolucjonizowało reklamę. Za umowną datę wynalezienia druku uznaje się rok 1450. Pojawiły się pierwsze gazety a w nich pierwsze reklamy prasowe.
- Ok. 1480 roku wydrukowano w Anglii pierwszą reklamę prasową (wskazówki dla duchownych dotyczące Wielkanocy).



- 14 października 1612 – w Paryżu wydrukowana pierwsza reklama w gazecie „Journal General d’Affiches”.
- 1704 – pierwsza udokumentowana amerykańska reklama prasowa (w Europie reklamy na łamach tygodników obecne były już wcześniej – w XVII wieku)
- 1843 – w Filadelfii rozpoczął działalność pierwszy agent reklamowy Volney Palmer. Zajmował się zbieraniem ogłoszeń reklamowych i umieszczaniem ich w prasie. Można powiedzieć, że była to pierwsza jednoosobowa agencja reklamowa.
- 1893 – w Stanach Zjednoczonych wydano około 50 tysięcy dolarów na reklamę.
- 1925 – profesor Olgierd Langer jako pierwszy w Polsce rozpoczyna cykl wykładów o reklamie w Wyższej Szkole dla Handlu Zagranicznego we Lwowie
- 1941 – w Stanach Zjednoczonych pojawiła się pierwsza reklama telewizyjna.
- 1989 – w Polsce zaczął się rozwijać rynek reklamy komercyjnej.



Etapy projektowania reklamy

- Tworzenie świadomości produktu, firmy lub marki.
- Wzbudzanie zainteresowania produktem, firmą lub marką.
- Wzbudzanie pożądanego oferty.
- Wywoływanie oczekiwanej akcji (np. zakupu).



Korzyści reklamy

- Powszechna informacja o produkcie.
- Finansowanie mediów działalności sportowej, kulturalnej.
- Kształtowanie postaw społecznych.

Siedzę na koniu - hasło reklamowe

Zagrożenia płynące z reklamy

- Wprowadzenie w błąd reklamobiorcy.
- Wzbudzanie nadmiernych potrzeb konsumpcyjnych.
- Promocja zachowań społecznych i zwyczajów negatywnie wpływających na jednostkę.
- Wyrabianie obojętności na przekaz społeczny.

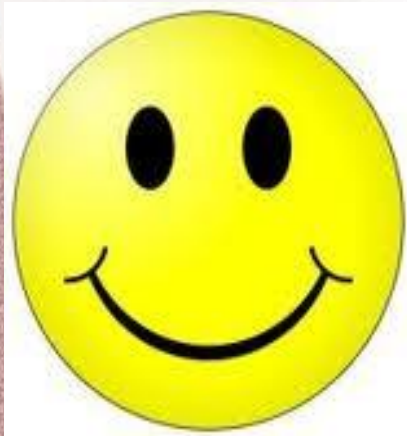
Funkcje reklamy

- Edukacyjna
- Informacyjna
- Wspierania sprzedaży (przypominanie, nakłanianie)
- Konkurencyjna
- Manipulacyjna
- Komplementarności
- zachęcająca
- przypominająca



Strony internetowe

- <http://pl.wikipedia.org/wiki/Reklama>
- <http://www.google.pl/imghp?hl=pl&tab=wi>



KONIEC

