

Силантьева О.О.,

Студентка

*2 курс, факультет трансферных специальностей
ФБОУ ВО Ульяновский государственный университет*

Россия, г. Ульяновск

Лякова А.И.,

Студентка

*2 курс, факультет трансферных специальностей
ФБОУ ВО Ульяновский государственный университет*

Россия, г. Ульяновск

Кузьмичёва В.Н.,

Студентка

*2 курс, факультет трансферных специальностей
ФБОУ ВО Ульяновский государственный университет*

Россия, г. Ульяновск

РЕКЛАМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Аннотация: *Реклама играет огромную роль в жизни каждого человека. Реклама представляет собой доведение информации о потребительских свойствах товара до потребителя с целью создания спроса на данный товар. Она располагает огромным количеством различных средств и функций.*

Ключевые слова: *реклама, потребительские свойства, услуга, спрос, средства массовой информации.*

Abstract: *Advertising plays a huge role in the life of every person. Advertising is bringing information about the consumer properties of the goods to the consumer in order to create demand for this product. It has a huge number of different tools and functions.*

Keywords: *advertising, consumer properties, service, demand, mass media.*

Нашу жизнь невозможно представить без рекламы, ведь для каждого из нас она играет достаточно весомую роль. Реклама как определяет образ и стиль жизни, так и воздействует на взгляды и мнение по отношению к окружающему миру. Она словно рекомендует нам что-то приобрести, вследствие чего мы все-таки это и приобретаем.

Сегодня вокруг нас крутятся процессы продажи и покупки, ведь абсолютно каждый день люди либо что-то продают, либо что-то покупают. И реклама помогает осуществлять эти процессы. Она доносит информацию о предполагаемом товаре до широкого круга потребителей, тем самым повышая шансы его приобретения. Реклама проявляется везде: и в интернете, и в журналах, и на баннерах, и в телевизоре и так далее. Она окружает нас повсюду.

Прежде всего, стоит отметить, что реклама несет в себе такую информацию, которая может быть представлена в сжатой, а иногда и в художественно выраженной форме, что именно и привлекает к себе внимание. Поэтому можно сказать, что, с одной стороны, реклама доводит до потребителей сведения, которые необходимо знать, прежде чем что-то приобрести. Но, с другой стороны, нотки красочности убеждают человека, тем самым оказывает эмоционально-психическое воздействие.

Реклама представляет собой доведение информации о потребительских свойствах товара (услуги) до потребителя с целью создания спроса на данный товар (услугу).¹ Её проведение на сегодняшний день является одной из основных частей маркетинга, так как именно реклама с различными современными обработками и технологиями может расположить к себе внимание многих людей.

Она располагает огромным количеством различных средств, которые можно классифицировать:

1) в зависимости от рекламодателя реклама:

¹ А.Н. Мудров «Основы рекламы», Экономистъ, Москва, 2005 г.

- производителей, то есть предназначена на сферу торговли для индивидуальных предпринимателей;
- розничных и оптовых торговцев;
- частных лиц;
- правительства, общественных институтов и групп.

2) в зависимости от методов организации:

- с помощью СМИ, в прессе, аудиовизуальная, кинофильмы;
- выставки, ярмарки, наружная реклама, почтовая реклама;
- прочее.

Из определения рекламы можно выделить одну из основных её функций: взаимодействие с потребителем товара (услуги), оказывать содействие в формировании спроса и стимулировании сбыта товара с использованием большого числа различных методов и схем, имеющихся в ее распоряжении. Из неё вытекают и другие функции данного маркетингового процесса такие, как:

1) Информирование. Реклама повествует потребителя о товаре, услуге, производстве и многом другом как уже известные, так и новые, например, бытовые приборы, спортивные снаряжение и т.д.

2) Формирование предпочтения. Путем убеждения и внушения реклама формирует предпочтения к тому или иному товару или фирме. Она во всех красках преподносит товар, тем самым усиливая отдельные его характеристики, и, так сказать, вынуждает человека что-то приобрести.

3) Создание уникального образа. Реклама подчеркивает конкретные черты товара или услуги, тем самым делая его образ уникальным, с целью превосходства этого образа над конкурентами. Также этот процесс способствует тому, что он надолго остается в памяти потребителя, и тогда это приводит к постоянному спросу.

4) Концентрация внимания. Реклама обращает и закидывает внимание на каких-либо определенных направлениях развития рынка того или иного товара. Она концентрирует внимание потребителя на новых товарах, тем самым помогая ему овладеть чем-то новым.

5) Соблюдение традиций и привычек. Реклама поддерживает уже существующие традиции и устоявшие привычки потребителей, и поэтому внедрение чего-то нового происходит достаточно плавно и за длительный промежуток времени.

Таким образом, были рассмотрены наиболее привычные пути, с помощью которых развивается деятельность рекламы, и свой путь для достижения поставленных целей фирма выбирает сама, тот, который считает нужным.

Также есть такой термин в маркетинге, как рекламная стратегия, который понимается как именно то самое направление, в котором предприятие или организация планирует двигаться дальше, ведь её разработка является самым главным этапом рекламной кампании.

Её сущность заключается в донесении до потребителя конкретной выгоды, и можно выделить две причины, по которым люди приобретают тот или иной товар. Это:

1. Товар помогает решить или предотвратить какую-либо проблему;
2. Товар является важным и нужным для потребителя.

Можно выделить множество причин, по которым человек может приобрести товар, и на это играет огромное количество различных факторов, но эти две более абстрактно передают все остальные, тем самым обобщая их.

Для достижения положительного результата должен быть точно определен смысл рекламного обращения, свойство товара, а также должна быть определена аудитория, к которой будет адресована реклама.

Можно с уверенностью сказать, что реклама – это один из важных составляющих современного мира. Этот динамичный и быстро трансформирующийся процесс уже многие годы сопровождает каждого из нас. Человек меняется, его взгляды, интересы – и реклама меняется, ведь характер рекламы развивается вместе с технологиями, вместе с человеком. И роль рекламы не имеет ограничений.

Если проанализировать развитие человечества, то можно заметить зависимость между техническими достижениями и проявлениями рекламы.

Становится ясно, что огромный шаг в своем развитии реклама получает именно тогда, когда стали появляться торговля и товарообмен, а также книгопечатание, радио, телевидение и, конечно же, Интернет.

Сейчас можно с уверенностью сказать, что главным средством проявления рекламы на сегодняшний день, в первую очередь, является Интернет, и только потом уже все остальные средства. Ведь Интернет играет важную роль для человека. Сеть настолько, так сказать, овладела человеком, что большинство людей заходят в Интернет сразу же, как только проснутся, в любых обстоятельствах, и, конечно же, многие предприниматели и организации пользуются этим, тем самым продвигая свой товар или деятельность.

Но также стоит отметить, что наружная реклама не перестает быть актуальной, во многом уступает сети Интернет, конечно, но всё-таки. Большинство организаций и предприятий тратят огромное количество средств, что сформировать имидж своего товара или деятельности.

С каждым днем между предприятиями и организациями идентичных сфер деятельности обостряется борьба за большее внимание и потребление своей продукции. Поэтому рекламодатели прикладывают все усилия, чтобы найти более эффективный метод рекламы. К примеру, можно выделить такой метод, как спам. Все более или менее значимые фигуры в Интернете объединяются в борьбе с этим неуловимым конкурентом, и поэтому данный метод можно считать достаточно эффективным.

Таким образом, можно сказать, что реклама – это такой процесс, который может распространяться абсолютно в любой форме, с помощью абсолютно любых средств, содержав в себе информацию как, например, о юридическом или физическом лице, так и о какой-либо продукции. Она не только распространяет своё действие на всё человечество, но и формирует у человека интерес к тому или иному товару или продукции.

Реклама играет огромную роль в жизни каждого человека. Каждый день человек сталкивается с сотнями рекламными объявлениями в виде записей и видеороликов. Конечно же, не вся реклама привлекает внимание, но тут, как

говорится, на вкус и цвет товарищей нет. У каждого свои взгляды, мнения, позиции, и реклама какой-то определенной области не может абсолютно всех привлечь, но тем не менее для каждого покупателя найдется свой товар.

В любой рекламе важно не только произвести впечатление на той или иной товар, но и воздействовать на потребности потребителя, например, для человека актуальна возможность сэкономить деньги, время и усилия, а для предприятия – увеличить прибыль или снизить издержки. Но всякое воздействие преследует перед собой одну цель – внушить и воздействовать.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. А.Н. Мудров «Основы рекламы», Экономистъ, Москва, 2005 г.