

ОСТОРОЖНО! Рекламная деятельность

Мы не хотим, чтобы нам что-то продавали, и, тем не менее, мы постоянно хотим что-то покупать. Потребители стали намного умнее, теперь они знают назначение карточек постоянного покупателя, секреты акций и фокус с ценой в 8,99 руб. Но никогда ни один потребитель не сможет предугадать влияние на него рекламы! Что именно заставило меня остановить взгляд на этом билборде? Почему я запомнил именно эту листовку? А какая реклама новой специальности «Рекламная деятельность» покорила вас? Смотрите, разбирайтесь, решайте, но запомните: **Мы ничего не продаем, но вы покупаете!**

Что такое рекламная деятельность и с чем ее едят, попытались объяснить студенты 3 курса ФМк (2016г.)

Маркетинг, в отличие от бухгалтерии, – это не отдел, а образ жизни.

Джейсон Фрайд «Rework: бизнес без предрассудков»

Варианты рекламных сообщений для новой специальности:

1. [Билборды](#)
2. [Листовки/флаеры](#)
3. [Баннеры \(Интернет-реклама\)](#)
4. [Видеоролики](#)
5. [P.S. или о чем не успели рассказать](#)
6. [Благодарность студентов](#)

Вести бизнес без рекламы- все равно, что подмигивать девушке в полной темноте.

Стюарт Хендерсон Брит

1. Билборды

[gview

file=»https://fmk.bseu.by/wp-content/uploads/2016/12/Bilbord_2016.pdf» height=»470px» width=»100%»]

Реклама – самое увлекательное из того, что можно делать не раздеваясь.

Джерри Делла Фемина

2. Листовки/ флаеры

[gview

file=»https://fmk.bseu.by/wp-content/uploads/2016/12/listovki_2016.pdf» height=»370px» width=»100%»]

Вы можете быть автором прекрасных идей, однако этого мало, надо уметь довести их до ума людей.

Ли Якокка

3. Баннеры (Интернет-реклама)

[gview

file=»https://fmk.bseu.by/wp-content/uploads/2016/12/banners_2016.pdf» height=»370px» width=»100%»]

Единственный способ стать умнее – играть с более умным противником.

основы шахмат, 1883 г.

4. Видеоролики

[huge_it_videogallery id=»3»]

Жираф – это лошадь, выполненная по всем требованиям заказчика.

Морис Леви

5. P.S. или о чем не успели рассказать

А теперь скажем несколько слов о специализации «Ценообразование». Смотрите, думайте, оценивайте.



Ивановская Е., Киреев А., Кононенко И., Наливайко А., Шилкина Е.

В этом мире главное – идеи.

Морис Леви

6. Благодарность студентов



Казаченко
Наталья
Владимировна

Все представленные выше проекты рекламных сообщений были выполнены в рамках курса «Маркетинговые коммуникации» под руководством Казаченко Натальи Владимировны, которую хочется отдельно поблагодарить за помощь и поддержку. Каждая работа предполагает наличие основных экономических расчетов: оценка затрат, сроков проведения и эффективности рекламной кампании.

Большие деньги не платятся за работу, большие деньги платятся за идеи! Успех рекламной кампании прежде всего зависит от способности маркетолога мыслить нестандартно, быть на шаг впереди потребителя, угадывая его предпочтения и вкусы. Правильный цвет баннера, грамотно составленный слоган, как и хорошо подобранные специи, добавят остроты и изыска любому блюду рекламной кухни. Творите, спорьте, изобретайте, выходите за рамки шаблонов и тогда добьетесь успеха. **Границ не существует!**

*Авторы статьи: Путинцева Екатерина
Путинцева Татьяна*