

Тақырыбы: Жарнама құралдарының жіктелуі

Мамандығы: «5B051100- Маркетинг»

Өткізу нысаны: дәріс

Өткізу уақыты: Күнтізбеге сәйкес

Алматы, 2020

3-тақырып. Жарнама құралдарының жіктелуі

Мақсаты: Жарнама құралдарының жіктелуін талдау

Дәріс сұрақтары:

1. Жарнаманы жіктеудің негізгі өлшемдері
2. Жарнаманы практикалық мақсатта жіктеу тәсілдері
3. Сауда жарнамасы түрлері мен құралдары

Ұсынылатын әдебиеттер:

- 1. Маркетинговые коммуникации. Учебник и практикум для прикладного бакалавриата.: Под общ.ред. О.Н.Жильцовой.- Москва: Юрайт, 2016, 458 с.
- 2.Маркетинговые коммуникации № 2 (106): none.- Москва: Издательский дом "Гребенников", 2019, 163 с.
- 3.Управление маркетингом: Синяевой И.М..- Москва: Вузовский учебник, 2017, 416 с.
- 4. Практический маркетинг: Давлетова М.Т..- Алматы: ИП "Издательство АҚНҰР", 2018, 330 с. 5.Маркетинг практикумы.: Есімжанова С.Р. .- Алматы: Экономика, 2016, 216 с.

1. Жарнаманы жіктеудің негізгі өлшемдері

Әдебиетте жарнама құралдарын топтарға, кіші топтарға және түрлерге бөлетін негізгі критерийлермен ерекшеленетін бірқатар жіктемелер бар. Көптеген критерийлерден негізгілерді қарастырайық.

■ 1. Демеушіге, коммуникация субъектісіне байланысты өндіруші, сауда делдалдары, жеке тұлғалар, үкімет және басқа да қоғамдық институттар атынан жарнама бөледі.

■ 2. Адамның сезім мүшелеріне әсер ету тәсілі бойынша жарнама құралдары бөлінеді:

көру(көрнекі). Бұл топқа баспа жарнама, көрмелер, витриналар, Жарық жарнама және т. б. құралдары кіреді.;

- есту (акустикалық) - мұнда радиореклам, ауызша жарнама және т. б. жатады.;
- көру-есту-бұл топқа теле - және кинореклам, сән көрсету жатады;
- көру-міндетті (мысалы, зағиптарға арналған қаріппен басылған, қарау және қабылдау үшін сатып алушыларға қолға берілетін тіндердің үлгілері) немесе хабарландырулар;
- көру-сүйкімді (мысалы, парфюмерлік дүкендерде сынама рухы бар сауыттар иісін анықтау үшін сатып алушының қолына беріледі);
- көру-дәмдік (мысалы, азық-түлік тауарларының дәмін айыру кезінде).
- 3. Техникалық белгілері бойынша жарнамалық құралдар бөлінеді:
 - баспа (плакаттар, афишалар, каталогтар, хабарландырулар және т. б.)

- газеттер мен журналдардағы мақалалар, буып-түю материалдары және т. б.);
- радиореклама (радио арқылы жарнамалық хабарлар);
- кино -, бейне - және телереклама (қысқа метражды жарнамалық Фильмдер);
- жарықтық жарнама (Жарық көрсеткіштері, табло, сауда кәсіпорындарының жарықтық маңдайшалары, газ жарықтық хабарландырулар және т. б.));
- көркем-графикалық құралдар (панно, плакаттар),
- көшедегі транспаранттар, ценниктер, көрсеткіштер, дүкендердің маңдайшалары және т. б.);
- басқа да жарнамалық құралдар (тауарларды көрсету, өнімнің дегустациясы, ауызша жарнама және т. б.).

■ 4. Қолдану орны бойынша жарнама құралдарын газ ішіндегі (көрсеткіштер, баға көрсеткіштері, жаднамалар, тауарларды орналастыру, киім көрсету, ауызша жарнама және т.б.) және сыртқы (газеттер мен журналдардағы хабарландырулар мен мақалалар, көшедегі транспаранттар, дүкендер маңдайшалары және т. б.) болып бөлінеді.

■ 5. Адресатқа әсер ету сипаты бойынша жарнама құралдары жеке (газеттегі қосымша беттер, каталогтардың кейбір түрлері, брошюралар және т.б.) және жаппай (хабарландырулар, парақшалар, телефильмдер және т. б.) болуы мүмкін.

■ 6. Жарнамалық қызметпен қамтылған аумақтарға байланысты: жергілікті жарнама; өңірлік жарнама; жалпыұлттық жарнама және халықаралық жарнама бөлінеді.

■ 7. Жарнама нысанына байланысты тауардың (қызметтің) жарнамасы мен кәсіпорынның жарнамасы ажыратылады.

■ 8. Жарнамалық құралдар жарнамалық акция (компаниялар) процесінде шешетін міндеттерге байланысты оларды сұранысты ынталандыратын жарнамалық құралдарға және тауарларға (қызметтерге) сұранысты қалыптастыратын құралдарға бөледі.

■ Жарнама құралының (жарнамалық ақпаратты тасығыштың) жарнамалау объектісіне қатынасының белгісі негізге алынған жіктеу неғұрлым ыңғайлы.

■ Осыған сәйкес, белгісі барлық құралдары жарнама бөлуге болады үш топ:

■ * жарнама құралдары жарнамалау объектісін көрсету;

■ * бейнелі-сөз жарнама құралдары, негізге жарнама объектісінің сипаттамасы мен бейнесі;

■ * демонстрациялық-бейнелеу — жарнама объектісін көрсету мен бейнелеуді үйлестіретін .

■ Жарнаманың демонстрациялық құралдары, өз кезегінде, үш кіші топқа бөлінеді: тауарларды орналастыру, тауарларды іс-қимылда көрсету, дегустация.

- Жарнаманың бейнелеу-сөз құралдары жеті топқа бөлінеді: баспа, кинодиапозитивті және фотореклам, көркем-графикалық, жарық, телевизиялық, ауызша, радиореклам.
- Демонстрациялық-бейнелеу құралдары тобына витриналар, муляждар, макеттер кіреді.

2. Жарнаманы практикалық мақсатта жіктеу тәсілдері

- Жарнама басқа тәсілдермен жіктелуі мүмкін, олардың арасында келесі түрлері бар:
 - мақсатты аудитория бойынша жіктеу;
 - қамтылатын аумақ бойынша;
 - беру құралдары бойынша;
 - ұсыну тәсілі бойынша;
 - тауардың функциялары мен мақсаттары бойынша;
 - маркетингтік мақсаттар бойынша .

- 1. Мақсатты аудитория бойынша жарнамаларды жіктеу
Осыған сәйкес бөледі:
- тұтынушылық жарнама;
- іскерлік жарнама.
- Тұтынушылық жарнама
- Әдетте мұндай жарнама бағытталған адамдар сатып алады да, өзінің жеке пайдалануына немесе купят үшін, оны басқа.
- Іскерлік жарнама
- Кәсіпкерлерге арналған жарнаманың басым бөлігі мамандандырылған басылымдарда орналастырылады немесе ақпаратты берудің тікелей әдістері пайдаланылады (мысалы, тарату немесе мамандандырылған көрмелерге қатысу). Іскерлік жарнама төрт түрге бөлінеді: өнеркәсіп, сауда, мамандар және ауыл шаруашылығы үшін.

2. Қамтылатын аумақ бойынша жарнаманы жіктеу

Географиялық принцип бойынша жарнаманың төрт түрі бөлінеді:

- шетелдік;
- жалпыұлттық;
- аймақтық;
- жергілікті.

3. Жарнама беру құралдары бойынша жіктелуі

■ Беру құралдарына байланысты теледидар, радиореклам, баспа (газеттердегі, журналдардағы жарнама); сыртқы жарнама - плакаттар, қалқандар; көліктік - шанақтарда, салон ішіндегі; кәдесый полиграфиялық - буклеттер, конверттер, блокноттар; пошта - үндеухаттар, хаттар, іскерлік хат-хабарлар және т.б.) және компьютерлік (Internet желісі бойынша таратылатын) болып бөлінеді.

4. Жарнамаларды ұсыну тәсілі бойынша жіктеу

■ Көрініс тәсілі бойынша көрнекі жарнама статикалық және динамикалық (анимациялық) болып бөлінеді.

5. Тауардың функциялары мен мақсаттары бойынша жарнамаларды жіктеу

■ Тауардың функциялары мен мақсаттарына байланысты:

■ тауарлық және тауарлық емес жарнама;

■ коммерциялық және коммерциялық емес;

■ тікелей жіберу және тікелей емес.

■ Тауар жарнамасы тауарлар мен қызметтерді сатуға жәрдемдесуге арналған. Тауарлық емес жарнама идеяларды немесе имиджді насихаттауға арналған.

■ Коммерциялық жарнама компания пайда табуды күтетін тауарларды, қызметтерді немесе идеяларды насихаттайды. Коммерциялық емес жарнама белгілі бір идеяларды насихаттау мақсатында қайырымдылық мекемелермен, қоғамдық, саяси немесе діни ұйымдармен қаржыландырылады.

■ Тікелей сәлемдемелік жарнама сатып алушының дереу үнқатысуына арналған және оны дереу әрекетке итермелейді (жеңілдіктер купондары, Тапсырыс каталогтары және т.б.). Тікелей емес жарнама дереу әрекет жасамайды және тұтынушыға ұзақ әсер етуге есептелген.

6. Маркетингтік мақсаттар бойынша жарнаманы жіктеу

■ Маркетингтік мақсаттарға сәйкес жарнаманың келесі түрлерін көрсетеді:

■ ақпараттық-нарықта жаңа тауарлардың, қызметтердің, идеялардың пайда болуы туралы тұтынушыларды ақпараттандыру үшін қолданылады

■ ынталандырушы-негізінен, сатып алушылардың қажеттіліктерін ынталандыруға бағытталған;

■ салыстырмалы-бәсекелес тауарлардың ұқсас сипаттамаларымен салыстыруда жарнамаланатын тауардың негізгі сипаттамалары келтіріледі;

■ еске салу-өткізу нарықтарын жеңіп алған тауар жарнамаланады, алайда сатып алушыға өзі туралы еске салуды қажет етеді.

3. Сауда жарнамасы түрлері мен құралдары

I. баспасөздегі жарнама:

Жарнамалық хабарландырулар және шолу-жарнамалық

сипаттағы жарияланымдар:

жарнамалық
хабарландырулар;

жарнамалық мақалалар;

жарнамалық шолулар

II. Баспа жарнамасы:

- Жарнамалық-каталогтық басылымдар:
- каталогтар;
- даңғылдар;
- буклеттер;
- плакаттар;
- парақшалар;
- афишалар;
- жаңа жылдық жарнамалық-сыйлық басылымдары;
- фирмалық қабырға және үстел күнтізбелері;
- қалта күнтізбе табелі;
- құттықтау карточкалары(ашық хаттар).

III. Аудиовизуалды жарнама:

- жарнамалық кинофильмдер;
- бейнефильмдер;
- слайд фильмдер;
- жарнамалық роликтер •

IV. Радиореклама:

- хабарландыру радиосы;
- радиороликтер;
- радиожурналдар;
- радиохабарлар.

V. телевизиялық жарнама:

- телефильм;
- теледидар роликтері;
- телемұнаралар;
- жарнамалық хабарландырулар;
- теле репортаж.

VI. Көрмелер мен жәрмеңкелер:

- халықаралық жәрмеңкелер мен көрмелер;
- ұлттық жәрмеңкелер мен көрмелер;
- тұрақты жұмыс істейтін экспозициялар.

VII. Жарнамалық кәдесыйлар:

- фирмалық Кәдесый бұйымдары;
- сериялық Кәдесый бұйымдары;
- сыйлық өнімдері;
- фирмалық орау материалдары.

VIII . Тікелей пошта жарнамасы (директ мейл):

- арнайы жарнамалық-ақпараттық хаттар;
- арнайы жарнамалық материалдар.

IX. Сыртқы жарнама:

- жарнама қалқандары, панно;
- жарнамалық транспаранттар;
- жарық маңдайшалары;
- электрондық табло, экрандар;
- фирмалық маңдайшалар;
- көрсеткіштер;
- көлікте жарнама;
- терезе сөрелері;
- қасбеттерді жарнамалық-ақпараттық безендіру
- дүкендер;
- рәсімдеу жарнасының басқа түрлері

2.4. Дилерлер конкурсын ұйымдастыру.

2.5. Сатушы фирманың делдалмен бірлескен жарнама науқанына делдалдың жарнамаға арналған шығындарының тиісті өтемдерімен қатысуы ("жарнамалық есеп").

2.6. Дилерлер съездерін ұйымдастыру.

2.7. Өндіруші Фирма "өткізу есебін" ұсына алады. Бұл жағдайда делдал фирманың өнімін өз номенклатурасына қосу үшін белгілі бір жеңілдік алады.

2.8. Тауарды өндіруші (әсіресе бұл күрделі-техникалық бұйымдарға қатысты) делдалдар персоналының біліктілігін тегін арттыруды қамтамасыз ете алады.

X. компьютерленген жарнама:

- компьютерлік техника;
- компьютерленген ақпарат;
- кабельдік теледидар;
- бейне каталогтар;
- телекаталогиялар.

XI. Ғаламтордағы жарнама:

- баннер;
- блог;
- веб-сайт;
- байрикертер;
- мәтіндік блок;
- шағын сайт;
- коллаж;
- вирустық жарнама.

Бақылау сұрақтары:

- 1. Жарнаманы жіктеудің негізгі өлшемдері
- 2. Жарнаманы практикалық мақсаттарға жіктеу әдістері
- 3. Коммерциялық жарнаманың түрлері мен құралдары

Көңіл бөліп тыңдағандарыңызға

рахмет!!!