

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/kursovaya-rabota/379906>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Реклама и PR (другое)

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 4

ГЛАВА 1. Теоретические основы колористики как неотъемлемая часть создания рекламы 7

1.1. Психологические аспекты воздействия цвета на человека 7

1.2. Способы применения цветов в рекламе в зависимости от 14
товарной категории. 14

ГЛАВА 2. Создание рекламной продукции на основе правил колористики для картинг-клуба 30

2.1 Анализ предлагаемой услуги. Описание отрасли, целевая аудитория рекламного продукта. 30

2.2 Основные цели и задачи рекламного продукта. 34

2.3 Создание рекламной продукции на основе проведенных исследований психологического воздействия
цвета в рекламе 35

Список источников 39

Приложения 44

Исследования убедительно демонстрируют, что цвет имеет существенное воздействие на психоинтеллектуальное состояние человека. В связи с этим важно создавать компетентные цветовые композиции в рекламных материалах, которые могли бы способствовать запоминанию бренда, формированию лояльности к нему и, следовательно, увеличению продаж. Согласно специальным исследованиям, 80% восприятия цвета и света происходит на уровне нервной системы, в то время как только 20% зависит от зрения. Это означает, что цвет вызывает подсознательные ассоциации. Кроме того, научно установлено, что в сравнении с черно-белой рекламой, двухцветная реклама способствует увеличению эффективности на 20%, а многоцветная реклама - на 40%. Важно отметить, что цветная реклама также привлекает больше внимания: полноцветное рекламное объявление замечено 57% опрошенных, бренд был идентифицирован 43% и текст был прочитан 22%. В случае черно-белой рекламы эти показатели составили 43%, 28% и 16% соответственно. Эти результаты показывают, насколько важна цветная реклама в контексте привлечения внимания и формирования запоминающихся образов. Действительно, использование знаний о воздействии цвета активно применяется в некоторых европейских странах, чтобы бороться с рекламой табака и алкоголя. Это подчеркивает, как цвет оказывает влияние на психологическое восприятие и принятие решений потребителями.

Цвет в рекламе оказывает воздействие на потребителей не только на подсознательном уровне, но и на более сознательном уровне. Люди сами отмечают, что им нравятся цветные рекламные объявления гораздо больше.

Существует различие между физиологическим и психологическим воздействием цвета. На физиологическом уровне, цвет воздействует на состояние зрительного анализатора и может также влиять на различные физиологические функции организма. Физиологические реакции человека на цвет были подтверждены экспериментальными исследованиями и зависят от таких факторов, как длительность воздействия цвета, особенности нервной системы, возраст, пол и другие.

Результаты подобных исследований широко представлены в литературе (Б. Базыма, В. Демидов, М. Дерибере, Ч. Измайлов, Л. Миронова, Л. Прокофьева и др.). Воздействие цвета на организм человека настолько сильно, что с глубокой древности и по сей день некоторые исследователи практикуют цветолечение. Например, Авиценна составил особый атлас, где описал связь между цветом, человеческим темпераментом и здоровьем человека. Он считал, что яркий утренний цвет помогает усвоению пищи; красный цвет создает оптимистическое настроение и усиливает ток крови, желтые цвета излечивают печень, уменьшают боли и снимают воспаление. Занимались цветолечением Э. Бэббит [Базыма Б. А. Указ. соч.; Демидов В. Е. Как мы видим то, что видим / В. Е. Демидов. - М. : Знание, 1987. - 240 с.; Дерибере М. Цвет в деятельности человека / М. Дерибере. - М. : 1964. - 183 с.; Измайлов Ч. А. Психофизиология цветового зрения

/ Ч. А. Измайлов. - М. : Изд-во МГУ, 1989. - 206 с.; Миронова Л. Н. Указ. соч. - 285 с.; Прокофьева Л. П. Указ.соч. - 280 с.; Соколов Е. Н. Цветовое зрение / Е. Н. Соколов, Ч. А. Измайлов. - М. : Изд-во Московского ун-та, 1984. - 175 с.] [Бэббит Э. Принципы света и цвета. Исцеляющая сила цвета / Э. Бэббит. - Электронная библиотека «BookFinder». - URL: <http://bookfi.org> (дата обращения: 04.06.2013).], Г. Бреслав[Бреслав Г. Э. Указ. соч. - 212 с.], Н. Серов[Серов Н. В. Лечение цветом. Архетип и фигура / Н. В. Серов. - СПб. : Речь, 2005. - 217 с.].

Важно отметить, что реакции на цвет могут варьировать в зависимости от индивидуальных особенностей и контекста, но в целом эти характеристики отражают общие психологические и физиологические воздействия цветов:

Красный - активный, стимулирующий цвет, который повышает энергетику, ускоряет физиологические процессы. Тем не менее, его избыток может вызвать негативные реакции, такие как повышение артериального давления и учащение сердечных сокращений.

Оранжевый - также стимулирующий цвет, способствует бодрствованию, улучшает пищеварение и кровообращение. Воздействие оранжевого менее интенсивное по сравнению с красным.

Желтый - цвет радости и активности, стимулирует нервную систему и уменьшает усталость. Воздействие желтого часто ассоциируется с хорошим настроением.

Зеленый - цвет гармонии и успокоения, способствует релаксации и психоэмоциональному равновесию. Оказывает положительное воздействие на физическое и психическое состояние.

Голубой - успокаивающий цвет, способствует расслаблению и снижению стресса. Избыток голубого может вызвать чувство страха.

Синий - этот цвет обладает седативным действием, способствует расслаблению и уменьшению стресса. Он также ассоциируется с четким мышлением и интеллектом, что может стимулировать творческую активность. Однако, избыточное использование синего цвета может вызвать угнетение и депрессию.

Фиолетовый - фиолетовый цвет объединяет характеристики красного и синего. Он может тонизировать головной мозг и одновременно оказывать угнетающее воздействие на нервную систему.

Эффективность воздействия цвета на физиологическом уровне, как вы правильно указали, зависит от различных факторов, включая длительность воздействия, размер цветной поверхности и другие условия. Эти факторы могут модифицировать воздействие цвета, и поэтому их учет при выборе цветовой схемы для рекламных материалов играет важную роль.

Помимо физических эффектов цветовые ощущения могут вызывать также определенные эмоции, образы, воспоминания - все это называют цветовыми ассоциациями. О влиянии цвета на эмоциональную сферу в литературе разного времени можно найти немало сведений: И. Гете[Урванцев Л. П. Указ. соч. - С. 42.] [Гете И. В. Указ. соч.], В.

Список источников

- 1.Алиева Н. З. Зрительные иллюзии : не верь глазам своим / Н. З. Алиева. Ростов н/Д : Феникс, 2007. - 333 с.
- 2.Аренс У. Ф., Бове К. Л. Современная реклама : перевод с английского // У. Ф. Аренс, К. Л. Бове. - Тольятти, 1995. - 704 с.
- 3.Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие : пер. с англ. / Рудольф Арнхейм. - М. : Архитектура-С, 2007. - 391 с.
- 4.Арнхейм Р. Новые очерки по психологии искусства / Пер. с англ. Г. Е. Крейдлина ; Науч. ред. и вступ. ст. В. П. Шестакова / Р. Арнхейм. - М. : Прометей, 1994. - 352 с.
- 5.Ачаи Ю. Солидные возможности - надежные решения. Об упаковке препаратов «Szilas» / Ю. Ачаи // Интерпрессграфик. - 1984. - № 2. - С. 42-44.
- 6.Дайсон Д. Макдональдс становится «зеленым» / Д. Дайсон // Электронный журнал Zdorovie.com. - URL: <http://zdorovie.com/misc/makdonalds-stanovitsva-zelenym/12725> (дата обращения: 28.07.2013).
- 7.Денисов В. С. Восприятие цвета / В. С. Денисов, М. В. Глазова. - Часть 1. - М. : Эксмо, 2009. - 176 с.
- 8.Джулер, Джером А. Креативные стратегии в рекламе / А. Джером Джулер, Бонни Л. Дрюниани ; Пер. с англ. Т. Виноградова, Л. Царук ; Под общ.ред. Ю. Каптуревского. - 7-е изд. - СПб. : Питер, 2002. - 384 с.
- 9.Домасев М. В. Цвет. Управление цветом, цветовые расчеты и измерения / М. В. Домасев, С. В. Гнатюк. - СПб. и [и др.] : Питер, 2009. - 217 с.
- 10.Евстафьев В. А. Что, где и как рекламировать. Практические советы : учебное пособие / В. А. Евстафьев, В. Н. Ясонов. - СПб. [и др.] : Питер, 2005. - 430 с.
- 11.Имшинецкая И. Креатив в рекламе / И. Имшинецкая. - М. : РИП- холдинг, 2003. - 172 с.

12. Информационно поэтический портал «Русские рифмы». - URL: <http://rifma.com.ru/Lito-44.htm> (дата обращения: 29.09.2013).
- 24.01.2014) История еженедельного журнала «Огонек». - Сетевое издание «РИА новости». - URL: <http://ria.ru/media/20091221/200100290.html> (дата обращения:).
13. История логотипа. - Официальный сайт Skoda в России. - URL: <http://www.skoda-avto.ru/pub.html?docid=2807> (дата обращения: 28.07.2013).
- Кнабе Г. А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции / Г. А. Кнабе. М. [и др.] : Диалектика, 2006. - 726 с.
- 30.07.2013) Конкурс DHL «Желтый - цвет скорости». - Акционный сайт Modno.dhl.ru. - URL: <http://modno.dhl.ru/Contest/YoungContest/> (дата обращения:).
14. Корконосенко С. Г. Основы журналистики : Учебник для студентов вузов / С. Г. Корконосенко. - М. : Аспект Пресс, 2004. - 284 с.
15. Кохтев Н. Н. Реклама: искусство слова : Рекомендации для составителей рекламных текстов. - М. : Изд-во Моск. ун-та, 1997. - 93 с.
16. Красная ленточка - история одного символа. - Некоммерческий портал, посвященный борьбе со СПИДом Aids.ru. - URL: <http://www.aids.ru/whatnext/moore.shtml> (дата обращения: 26.07.2013).
17. Краснов С. Автомобили и окружающая среда / С. Краснов. - Автомобильный информационный портал. - URL: <http://www.autorinfo.ru/prensa.aspx?PressaID=339> (дата обращения: 28.07.2013).
18. Кузнецов И. Российские товары не обязательно отличные, но импортные часто еще хуже / И. Кузнецов // Экономика и жизнь. - 2013. - № 44. - URL: <http://www.eg-online.ru/article/229892/> (дата обращения: 17.03.2014).
19. Купер М. Язык цвета. Как использовать преимущества своего цвета для успеха в личной жизни и бизнесе / М. Купер, А. Мэтьюз. - М. : Изд-во ЭКСМО-пресс, 2001. - 144 с.
20. Cadbury закрепила за собой права на фирменный фиолетовый цвет. - Новостное издание Рунета «Лента.ру». - URL: <http://lenta.ru/news/2011Z11/17/violet/> (дата обращения: 13.08.2013).
- Лаврентьев А. Н. История дизайна : учебное пособие / А. Н. Лаврентьев. М. : Гардарики, 2007. - 303 с.
21. Лебедев А. Цветовые теории : § 40 / А. Лебедев // .ru/Ководство. - URL: <http://www.artlebedev.ru/kovodstvo/sections/40/#05> (дата обращения: 17.09.2013).
- Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы / А. Н. Лебедев-Любимов. СПб. : Питер, 2004. - 368 с.
22. Логотипы и знаки. - Каталог логотипов Logobank. - URL: <http://www.logobank.ru/photo> (дата обращения: июнь-июль 2013).
- 09.08.2013) Логотипы страховых компаний : аналитический обзор от 15 ноября 2010 года. - URL: <http://www.mindera.ru/art/overviews/logotypes/> (дата обращения:).
23. Лопатина Л. М. Креатив как фактор эффективности рекламных сообщений: дипломная работа / Л. М. Лопатина ; Воронеж. гос. ун-т ; Науч. Рук. В. В. Тулупов. - Воронеж, 2011. - 79 с.
24. Лопатина Л. М. Цветовое восприятие газетно-журнальной рекламы / Л. М. Лопатина // Вестн. ВГУ. Филология. Журналистика. - 2012. - № 2. - С. 189-192.
25. Лосев А. Ф. Диалектика мифа / А. Ф. Лосев. - М. : Гардарики 2008. - 303 с.
26. Лосев А. Ф. История античной эстетики / А. Ф. Лосев. - Москва : Высшая школа, 2000. - Т. I. - URL: http://philosophy.ru/librarv/losev/iae_1/index.htm (дата обращения: 25.02.2013).
27. Матвеева Л. М. Цвет в рекламе как фактор формирования эстетического вкуса у молодежной аудитории / Л. М. Матвеева // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер. Филология, журналистика. - Воронеж, 2013. - № 1. - С. 158-161.
28. Мелетинский Е. М. Хель / Е. М. Мелетинский. - Онлайн энциклопедия «Мифы народов мира». - URL: <http://www.mifinarodov.com/x/hel.html> (дата обращения: 24.04.2013).
29. Мелихов Ю. Е., Малуев П. А. Дизайн в рекламе / Ю. Е. Мелихов, П. А. Малуев. - М. : ООО «Журнал «Управление персоналом», 2006. - 208 с.
30. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы / Р. И. Мокшанцев. - М. : Изд-во ИНФРА-М, 2007. - 228 с.
31. Морозова И. Г. Рекламный креатив: в поисках ненавязчивой идеи : учебное пособие для студентов вузов / Ирина Морозова. - М. : Гелла-принт, 2003. - 212 с.
32. Музыкант В. Л. Реклама в действии: стратегия продвижения : учебное пособие для студентов вузов / В. Л. Музыкант. - М. : ЭКСМО, 2007. - 235 с.

- 33.Наша история. - Сайт издательского дома «Аргументы и факты». - URL: <http://corp.aif.ru/page/4> (дата обращения: 24.12.2013).
- 34.Наша миссия. - Официальный сайт компании «Билайн». - URL: <http://about.beeline.ru/mission/index.wbp> (дата обращения: 30.07.2013).
- 35.Нестеренко О. И. Краткая энциклопедия дизайна / О. И. Нестеренко. -Электронная библиотека Razym.ru. - URL: <http://razym.ru/spravochniki/spravochnik/215281-nesterenko-oi-kratkaya-enciklopediya-dizayna.html> (дата обращения 27.08.2013).
- 03.12.2013) «Новые Известия» снова включены в «Золотой фонд прессы», а Валерий Яков победил в конкурсе «Главный редактор года» // Новые известия. 14.04.2012. - URL: <http://www.newizv.ru/premium/> (дата обращения:).
- 36.«Новые Известия» стали лауреатами конкурса «Газетный дизайн-2005» // Новые известия. - 2005. - 19 мая. - URL: <http://www.newizv.ru/premium/> (дата обращения: 03.04.2013).
- 37.Новый имидж BP. - Официальный сайт британской нефтегазовой компании British Petroleum в России. - URL: <http://www.bp.com> (дата обращения: 28.07.2013).
- 38.Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака : федер. закон Рос. Федерации от 23 февр. 2013 г. № 15-ФЗ // Российская газета. - 2013. -26 февраля. - № 6017. - URL: <http://www.rg.ru/2013/02/26/zakon-dok.html> (дата обращения: 24.05.2013).
- 39.Основы творческой деятельности журналиста : Учеб.для студ.вузов,обуч. по спец. «Журналистика» / С.-Петерб.ин-т внешнеэкон. связей,экономики и права ; Ред.-сост. С. Г. Корконосенко. - СПб. : 2000. - 270 с.
- 40.Печенникова Л. В. Цветовые обозначения в рекламном дискурсе: На материале англо-американской и российской рекламы предметов быта : дис. ... канд. филол. наук / Л. В. Печенникова. - Саратов, 2006. - 264 с.
- 41.Плотников Ю. А. Основы практической колористики : Учебное пособие / Ю. А. Плотников, П. Т. Тюрин. - Рига : МИПКСНХ Латв. ССР, 1978. - 80 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/kursovaya-rabota/379906>