

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://stuservis.ru/esse/44853>

Тип работы: Эссе

Предмет: Реклама и PR

Оглавление

Введение 3

Основная часть - Режиссёр – генератор идеи рекламной индустрии 4

Заключение 9

Список используемой литературы 10

Введение

Данное эссе написано по одной из перечня тем - вариант 1 «Режиссер – генератор идей рекламной продукции».

Сейчас, наверное, не найти человека, который не имел бы хоть малейшего представления о рекламе. Все из-за того, что она присутствует практически везде. Но немногие знают и понимают процесс создания рекламы: кто занимается данным процессом, кто его регулирует, кто является генератором идей. Все люди понимают, что подразумевается под понятием «реклама», но мало кто может дать определение этому термину. Если дословно перевести с латинского языка, то получим «кричать, доносить, выкрикивать». На самом деле существует множество трактовок слова «реклама». Приведем некоторые из них.

Создание рекламы можно отнести к творческому процессу создания мини фильма. Для этого требуется целый коллектив сотрудников творческого жанра. В том числе и режиссер, который, по моему мнению, является генератором идей для создания рекламных роликов. С помощью своих идей режиссер старается донести до населения (до потребителей) свои мысли, свое видение того или товара, работы или услуги. Этот процесс можно представить в качестве определенной связи режиссера с общественностью. Целью данной работы является обоснование теоретического высказывания, что режиссер является генератором идей в рекламной индустрии.

Основная часть - Режиссёр – генератор идеи рекламной индустрии

Согласно законодательству, реклама – это информация, которую распространяют с целью привлечения клиентов.

Но работники рекламной индустрии не согласны с этим утверждением. По их мнению реклама является определенным видом деятельности. В каждом варианте, представленном нами выше, есть доля правды, поэтому справедливо будет утверждать, что реклама – это информация, произведенная в процессе определенного вида деятельности, то есть определенная связь производителя и общества потребителей, для которых производитель создал свой товар, работу, услуги.

Хорошая реклама способна долгое время поддерживать интерес к продукту со стороны потребителей, а также способствует продвижению фирмы на рынке. Это создает взаимодействие трех сторон: производителя, потребителя и посредника, который генерирует идею для рекламы и воплощает ее в жизнь. Таким образом, можно сделать вывод, что реклама и есть та «ниточка» по которой осуществляется связь с общественностью, PR кампании.

Многие думают, что реклама – это бесполезная информация. На самом деле она выполняет ряд очень важных функций. Для того, чтобы понять, как реклама осуществляется основную свою цель – связь с общественностью, рассмотрим перечень функций и задач, которые выполняет реклама.

Перечислим основные:

- Информирование потребителей о рекламируемом товаре;
- Формирование имиджа торговой марки;
- Убеждение людей в необходимости совершить какие-либо действия (например, купить товар или воспользоваться услугой);

– Напоминание о необходимости приобрести рекламируемый товар. Например, вы постоянно забываете купить запасную лампочку, но войдя в магазин, видите рекламу этого продукта. Можно с большой уверенностью утверждать, что вы вспомните о запасной лампочке и купите ее;

1. Профессия режиссер, <https://edunews.ru/professii/obzor/tvorcheskie/rejiser.html>
2. Что такое реклама, <https://kakzarabativat.ru/marketing/chto-takoe-reklama/>
3. Режиссура рекламы, <https://studfiles.net/preview/5850689/page:26/>

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://stuservis.ru/esse/44853>