НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ВОСТОЧНО-СИБИРСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА»

Карнаухова А.А., к.п.н., доцент

Щукина А.Д., студентка ИВО-14(М)

Анализ наружной коммерческой рекламы города Якутска



1.Крестьянский рынок

2.Билборд (рекламный щит), учрежденческая – привлечение внимания к организации ( магазину).

3.Наличие персонажей в рекламе, необычность сюжета.

4.Цвет: голубой, нежный розовый, белый – ассоциации со свободой, с чистотой и нежностью, и доброты. Черный, сини-зеленоватый – классики,дороговизны, гармонии.;

Форма: прямоугольная – рассосредотачивает внимание по углам.

5.Желание обладать бытием

6.Нет не воздействует на социальные желания человека

7.Нет никакой либо подсветки

8.Да соответствует местоположению, в этом районе есть большая проходимость людей, и недалеко от местонахождения самого магазина.

9.В этой рекламе меня все устраивает, цветовая подборка, персонажи, но изменила бы выражение ( текс, слоган) в данной рекламе, на более ясную и запоминающееся, чтоб больше вызывал интерес.



1.Пр.Ленина, возле кинотеатра Синема центр

2. Билборд, социальная – пропаганда позитивного явления

3.Наличиеперсонажа в рекламе – ребенок

4.Черный – традиции, серьезность. Прямоугольный – рассосредотачивает внимания по углам

5.Желание обладать бытием

6.Материальное благополучие

7.Не имеет подсветки

8.Да соответствует месторасположению. Проходимость людей большая.

9.У меня к этой рекламе нет никаких рекомендаций, все устраивает



1.Улица пояркова

2.Баннер, учрежденческая – привлечение внимания к организации

3. Метод – женщина

4.Белый – нейтральность, красный – ассоциация смелости, и сильного характера, зеленый – подчеркивает актуальность нужды в теплоте жизни в наших условиях Крайнего Севера

Прямоугольность – идет внимание по углам

5.Обладание бытием

6.Материальное благополучие

7. Реклама не имеет подсветки

8.Да, соответствует, реклама размещена на самом здании магазина.

9.Реклама мне нравится, рекомендации нет.