

## ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

**Б. Самоставов, А. Тюрин, А. Нуждов**

*4 курс, факультет экономики и управления*

Научный руководитель – доц. **Н.А. Дубровина**

Реклама это часть маркетинговых коммуникаций, где производится оплаченное спонсором распространение не личной информации с целью привлечения внимания к объекту, формирование и поддержание интереса к нему.

В настоящее время развитие рекламы привело к тому, что рекламная деятельность стала особым социальным институтом, обеспечивающим общественную потребность в рекламных услугах. Производственную основу этого института составляет комплекс деятельностей, который определяют как «индустрия рекламы». Это понятие стало формироваться в экономике с приобретением рекламной деятельностью массового характера. Планомерное ведение рекламной деятельности, системное взаимодействие субъектов рынка рекламы с участниками различных секторов экономики, наличие предприятий, производящих рекламные продукты и оказывающих рекламные услуги, позволяет предположить, что рекламная деятельность приобрела черты индустрии.

Со временем выделилось три вида рекламы: товарная реклама, корпоративная или имиджевая реклама и промышленная реклама.

Товарная реклама это реклама продукта или услуги. Единственной целью такой рекламы является успешная продажа товара через формирование спроса и стимулирование сбыта. Ее наиболее важные функции: идентификация продукта, его производителя или продавца; продвижение товаров или услуг; продвижение торговых марок; информирование потребителей; формирование спроса; стимулирование сбыта и регулирование сбыта.

Корпоративная реклама это реклама самой фирмы. Ее цель – демонстрация обществу значения деятельности фирмы для экономики страны в целом или отдельной отрасли, ее вклад в решение важнейших задач повышения благосостояния народа.

Цель промышленной рекламы – получить заказы на машины и оборудование, наладить сотрудничество в сфере кредитно-финансовых отношений. Такая реклама актуальна в специализированных журналах.

Выполняя совершенно разные функции, реклама перестала являться просто средством, она стала неотъемлемой частью современного человека, помогая выделить из огромного количества товаров необходимый, а производителям дала шанс выгодно выделить себя на фоне конкурентов.