WORLD FORUM ON ACADEMIC INNOVATION AND DIGITAL LITERACY

"REKLAMA TURLARI VA VOSITALARI"

Ustoz: Yaqitjon Turdiyeva

Shogirid: Xasanova Maftuna

Toshkent davlat iqtisodiyot Universiteti To'rtko'l fakulteti

2 - kurs talabasi .

Anatatsiya : Reklama - marketingning eng muhim elementi ekanligi borasidagi asosiy fikrlar shunga asoslanadiki, marketing sohasi rivojlangan mam lakatlar zamonaviy iqtisodiyotining barcha jabhalarini qamrab oladi va bunda firmalar marketing faoliyatining har qanday bosqichi ulaming reklama faoliyati bilan bevosita yoki bilvosita aloqaga ega bo'ladi.

Reklamani tovar va xizmatlar sifatini, shuningdek, g'oyalami iste'molchilaming ehtiyoj va so'rovlari tiliga o'tkazishga harakat qiladigan kommunikatsiyalar shakli sifatida ko'rib chiqish mumkin.

Kalit so'z: reklama,reklamaning maqsadi va vazifalari,reklama turlari va vositalari,bosma reklama,audioval reklama,radio va telereklama.

Reklama — bevosita yoki bilvosita foyda (daromad) olish maqsadi da yuridik yokijismoniy shaxslar, mahsulot, shu jumladan, tovarbelgisi, xizmat ko'rsatish belgisi va texnologiyalar to'g'risida har qanday shakl da va har qanday vositalar yordamida qonun hujjatlariga muvofiq tarqa tiladigan maxsus axborot. Reklamaning bosh maqsadi — mijozga shunday ta'sir ko'rsatish kerakki, u xarid paytida aynan reklama qilinayotgan mahsu lotni xarid qilsin

Reklamaning asosiy maqsadlari — xabardorlikni tashkillashti rish, axborot taqdim etish, ishontirish, eslatish, xarid haqida qaror qabul qilishga ko'ndirishdir.

Reklamaning yakuniy maqsadlari iste'molchilar xulq-atvorida kutilayotgan reaksiyaga erishishdan iborat: bilishga oid (taniqlilik, mashhurlik, marka nufuzliligi va

h.k.); emotsional (tan berish, moyillik, estetik qoniqish va h.k.); xulq-atvor (sinov tariqasida xarid qilishga undash, iste'mol qizg'inligini oshirish, savdo markasiga sodiqlikni kuchaytirish va b.).

Reklamaning vazifalari tovarlar va xizmatlar haqida, ulaming xususiyatlari va sotish shartlari, ishlab chiqaruvchi firmalar haqida xabardor qilishdan iborat. Ular muayyan reklama maqsadlarini bajarish davomida bosqichma-bosqich hal etiladi. Reklamaning asosiy vazifalari uch gumhga ajratiladi:

1) tijorat vazifalari - sotuvni rag'batlantirish, savdoning o'sishi, foydaning ortishi, tovar aylanmasining tezlashuvi, foyda keltiradigan hamkorlar izlab topish;

2) notijorat vazifalari - siyosiy maqsadlami amalga oshirish, ma'naviy negizlami mustahkamlash, tabiatni asrash, kasallanishlami pasaytirish, diniy tadbirlami qo'llab-quwatlash .

3) imij bilan bog'liq vazifalar - tovar va firma obrazini, firma va uning mahsulotlari nufuzliligini shakllantirish.

Matbuotdagi reklama davriy matbuotda chop etilgan turli reklama materiallarini o'z ichiga oladi. Ulami shartli ravishda ikkita asosiy gu ruhga ajratish mumkin: reklama e 'lonlari va sharh-reklama xarakteriga ega e 'lonlar, ular qatoriga ba'zida bevosita, ba'zida esa bilvosita rekla mali turli maqolalar, reportajlar, sharhlar kiradi.

Reklama e 'loni — davriy matbuotda joylashtirilgan pulli reklama xabari.Klassik variantda e'lon reklama beruvchining tijorat taklifi afzal liklari va mohiyatini qisqacha shaklda aks ettiradigan reklama sarlav hasi-shiordan boshlanadi.

Maqolalar va sharh-reklama xarakteriga ega e'lonlar qoidaga ko'ra, korxona faoliyati haqida sharh shaklida yoki korxona rahbari, ishbilarmonlik hamkorlari va iste'molchilar bilan intervyu shaklida yozilgan tahririy materialini ifodalaydi.

E'lonni hech qachon boshqa e'lonlar guruhi ichida joylashtirma gan ma'qul. Shartnoma tuzishda buni majburiy shart qilib qo'ying va zurur hollarda yaxshi joylar

uchun qo‘shimcha pul to‘lang, chunki shu tufayli siz o‘z reklamangizga ko‘proq samaradorlik berishni ta’minlay olasiz.

Bosma reklama - faqat ko‘rish orqaligina qabul qilishga mo‘ljal langan asosiy rks vositalaridan biri. Bosma reklama materiallari barcha majmuyini ikkita asosiy guruhga ajratish mumkin: reklama-katalog nashrlari yangi yil reklama-sovg‘a nashrlari.

Reklama-katalog nashrlari tovarlar, mahsulotlar va xizmatlarning muayyan tularini reklama qiladi.

Katalog - ko‘p sonli tovarlar tizimlashtirilgan ro‘yxatidan iborat bo‘lgan; belgilangan tartibda tuzilgan; tovarlar fotosuratlari bilan bezal gan broshyura ko‘rinishidagi yoki muqovalangan bosma nashr bo‘lib, matn qismida, qoidaga ko‘ra, matn boshida ishlab chiqaruvchi korxona haqida qisqacha kirish so‘zi beriladi, undan keyin taklif etilayotgan tovarlar haqida ma’lumot texnik tavsifhomalar bilan birgalikda beriladi.

Prospekt - biron-bir muayyan tovar yoki tovarlar guruhi haqida axborot beradigan, broshyura ko‘rinishidagi yoki muqovalangan bosma nashr. U taklif etilayotgan tovarlar mufassal tavsifidan iborat bo‘lib, rasmlar bilan yaxshi bezaladi.

Buklet - katalog va prospektdan farqli ravishda broshyuralanma gan, balki ko‘p marta choklangan (boshqacha aytganda, «garmoshka» xolidagi) nashr.

Plakat - yirik o‘lchamli, choklanmagan nashr, ko‘p hollarda bir tomonlama tasvir tushiriladi.

Reklama varaqasi - kichik o‘lchamli, choklanmagan yoki bir marta bukilgan nashr bo‘lib, tejamkorligi tufali katta tirajda chiqariladi. Odatda, mufassal texnik tavsifnoma bilan reklama qilinayotgan mahsu lotning bir-ikkita rasmidan iborat bo‘ladi.

Audiovizual reklama kinofilmlar, videofilmlar va slayd-filmlami o‘z ichiga oladi. Radio va telereklama iste’molchilami qamrab olish bo‘yicha eng keng qamrovli hisoblanadi.



Radio bizning hayotimizdan mustahkam o‘rin olgan. Radioni yo qib, biz har kuni radioreklamani ham tinglaymiz. Bu juda amaliy natija beradigan, buning ustiga, eng tezkor va tejamkor reklama vositasi sana ladi: radio orqali reklama e’loni tayyorlashga ko‘p vaqt talab qilinmaydi, bunday e’lon nisbatan arzon ham turadi.

Radio orqali reklama turlari orasida eng keng tarqalgan turlar radioe'lonlar, radioroliklar, turli radiojurnallar va reklama radiorepor tajlari hisoblanadi.

Radioe'lon — odatda, diktor tomonidan o‘qib eshittiriladigan axborot. Radiorolik-maxsus tayyorlangan sahnalashtirilgan (badiiy) radio syujet, u original tarzda (ko‘pincha hazil yoki qiziqtirib qo‘yadigan suh bat ko‘rinishida) va qoidaga ko‘ra, musiqa jo‘rligida taklif etilayotgan mahsulot, tovar yoki xizmatlar haqida axborotni bayon qiladi. Ba’zida reklama radioroligi kichik reklama qo‘shig‘i-shlyager shaklida bo‘lishi mumkin.

Radiojurnal - axborot-reklama xarakteriga ega bo‘lgan, uning alohida elementlari qisqa konferans bilan birlashtiriladigan tematik radi oeshittirish.

Televizion reklamaning eng tarqalgan turlari orasida televizion reklama roliklari, televizion reklama e'lonlari, reklama telereportajlari va teleko rsatuvlari, ko'rsatuvlar oralig'idagi reklamani alohida ajratib ko‘rsatish mumkin.

Teleroliklar bu — bir necha soniyadan 2-3 daqiqagacha davom etadigan va televideniye orqali namoyish etiladigan reklama kino- yoki videoroliklari. Ko‘pincha bunday reklama roliklari vaqti-vaqti bilan turli ommaviy, badiiy va publisistik ko‘rsatuv va dasturlarga kiritilishi mumkin. Xorijiy amaliyotda, hattoki badiiy filmlar ham eng qiziq paytda reklama bilan uzib qo‘yiladi.

Telee'lonlar- diktor tomonidan o‘qiladigan reklama axboroti.

Reklama teleko ‘rsatuvlari ulaming davomida u yoki bu tovarlar faol reklama qilinadigan xilma-xil teledasturlami: shou, viktorina, repor taj, intervyulami aks ettirishi mumkin.

Radio- va telereklama afzalliklari ulaming o‘ta tezkorligidadir (chunki reklama xabari tahririyatga kelib tushishi bilan efirga berilishi mumkin).

Xulosa.

Reklama matnlari yoki tasvirlari jamiyatda qabul qilingan odob axloq qoidalari va me’yorlariga zid kelmasligi lozim. Reklama matni yozuvchilar shuni esdan chiqarmasligi kerakki, odamlar ko‘proq o‘zi, o‘zining hayoti bilan qiziqadi. Inson xulq-atvorini quruq, betaraf dalillar emas, balki aytib o‘tganimizdek, farovonlik, muhabbat, hurmatga bo‘l gan shaxsiy ehtiyojlar boshqaradi. Shu sababli matn yozuvchi reklama matni o‘quvchilami bu xabarda gap nima haqida ketayotganiga qiziq tirishga harakat qilishi lozim. Masalan, reklama e’lonida o‘ziga o‘xsha gan odam tasvirini, xuddi o‘zi kabi gapiradigan odamni ko‘rib qolgan kishining e’tibori birpasdajalb qilinadi.

Foydalanilgan adabiyotlar.

1.Tojibekov Fojibekov, E.P. Marketing: slovar-spravochnik. – M.: E.P. Marketing professionalar uchun: amaliy kurs: bakalavriat va magistratura uchun darslik va praktikum / E.P. Tojibekov. – M.: Yurayt, 2019.

2. Dannenok L.A. Marketing: akademik bakalavriat uchun darslik va praktikum / L.A. Dannenok [va boshq.]; L.A. Dannenok tahriri ostida. – M.: Yurayt, 2019.

3. Den Kennedi, Kim Uolsh-Fillips. Qattiq SMM. Ijtimoiy tarmoqlardan maksimal foydalanish. Ingliz tilidan tarjima, 2-nashr. – M.: “Alpina Pablisher”, 2018.

4. Jabina S.V. Mahsulot va xizmatlar marketingi. Umumiy ovqatlanish: akademik bakalavriat uchun o‘quv qo‘llanma / S.V. Jabina. – 2-nashr, tuzatilgan va to‘ldirilgan. – M.: Yurayt, 2019.