

УДК 659:332

Ч-625

ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА В СЕЛЬСКОМ ПОСЕЛЕНИИ

Чимитцыренова К.В., студентка 3 курса гуманитарного факультета

*Научный руководитель – Гунтыпова Э.С., к.соц.н., доцент
ФГБОУ ВО Бурятская ГСХА имени В.Р. Филиппова*

Ключевые слова: *рекламное агентство, структура рекламного агентства, особенности рекламного агентства.*

Работа посвящена выявлению особенностей функционирования и деятельности рекламных агентств, находящихся в сельских поселениях. При анализе работы и структуры деятельности рекламного агентства «Poster» было установлено, что отличия рекламных агентств в городе и сельском поселении не значительно.

Рекламное агентство - профессиональный коллектив, выполняющий производственные и творческие функции, связанные с осуществлением рекламной деятельности. Функции рекламного агентства: связь между компаниями-заказчиками и средствами массовой информации; услуги по созданию рекламы продукта; связь с типографиями, киностудиями, модельными агентствами и т. д.

Для выявления особенностей рекламного агентства в сельском поселении в качестве примера взято рекламное агентство «Poster». Данное агентство открыто 3 февраля 2015 года индивидуальным предпринимателем Цыденовым Санданом Солбоновичем и является первым профессиональным рекламным агентством на территории Забайкальского края Дульдургинского района.

Рекламные агентства по заданию рекламодателей осуществляют деятельность, которую условно можно рассмотреть по этапам, которым придерживается и рекламное агентство «Poster»: 1 этап: Определение целей и задач рекламной работы, рекламной кампании; 2 этап: Выявление целевой аудитории т.е. на кого должна быть направлена реклама; 3 этап: Выбор средств рекламного воздействия, разработка стратегии и тактики рекламной работы; 4 этап: Выдача заказов, заключение договоров со специализированными организациями; 5 этап: Контроль

своевременного и качественного выполнения заказов; 6 этап: Анализ эффективности проделанной работы.

Структурные подразделения рекламного агентства «Poster»:

1. Отдел работы с клиентами – руководитель, менеджер.

2. Творческий отдел - дизайнер.

3. Производственный отдел - мастер производства

Перспективы данного рекламного агентства довольно высоки, так как оно является единственным в своем районе, выполняющим такого рода услуги. Открытие агентства многим упростило организациям и индивидуальным предпринимателям поиск необходимых компаний для осуществления рекламы.

Но так как «Poster» является чем-то новым и не очень понятным для местного населения, ему необходимо укрепить свою позицию на рынке разработав рекламную программу. В рекламе организации необходимо акцентировать внимание на развиваемые группы услуг, убедить клиентов совершить заказ немедленно и в данной форме.

Для реализации выбранной стратегии можно применить следующие рекламные мероприятия:

- Размещение рекламы на Интернет-ресурсе, что обеспечит своевременность распространения информации и хороший охват рынка;

- установка рекламного щита т.е. применение наружной рекламы, которая обеспечит высокую частоту повторных контактов;

- формирование благоприятного имиджа т.е. обеспечение благожелательного представления у клиентов об агентстве и предлагаемых им услуг.

В целом можно сказать, что отличие рекламных агентств в сельском поселении и рекламных агентств в городе не значительно. Основным отличием является лишь количество потенциальных клиентов и их потребность в данных услугах, а структура коммуникационной деятельности у них остается идентична друг другу.

Библиографический список

1. Шевчук, Д.А. Реклама и рекламная деятельность: конспект лекций / Д.А. Шевчук.- М.: Пиор-издат, 2005.- 96с.
2. Головлева, Е.Л. Основы рекламы / Е.Л. Головлева.- М.: ОАО «Московские учебники», 2006. -271с.
3. Морозова, Н.С. Этапы планирования рекламной кампании / Н.С. Морозова //Социально-гуманитарные знания.- 2010. - № 6. - С 34-39.

PECULIARITIES OF ACTIVITIES OF ADVERTISING AGENCIES IN THE RURAL SETTLEMENT

Cimitarra K. V.

Key words: *advertising agency, advertising agency structure, advertising agency features.*

The work is devoted to identifying the features of the functioning and activities of advertising agencies located in rural settlements. When analyzing the work and structure of the advertising agency "Poster" it was found that the differences between advertising agencies in the city and rural settlements are not significant.