



REKLAMA
REKLAMA

Edyhab

Co to jest reklama ?

Reklama” - pochodzi od łacińskiego reklamo, co znaczy ‘krzyczeć do kogoś’ lub advertising od advertere, co po łacinie znaczy ‘skierować na coś uwagę, spostrzec’.



Colgate®



Niech biały uśmiech stanie się najmodniejszym dodatkiem



- Według KRRiT reklamą jest każdy przekaz zmierzający do promocji, sprzedaży albo innych form korzystania z towarów lub usług, popierania określonych spraw lub idei, albo do osiągnięcia innego efektu pożądanego przez reklamodawcę. Przekaz ten musi być nadawany za opłatą lub inną formą wynagrodzenia.



Reklama
dzwignia
handlu

Reklama poza funkcją informacyjną pełni również funkcję perswazyjną.



BIZNESPLANY
DO KREDYTÓW
DLA ROLNIKÓW I DLA FIRM
-na zakup maszyn rolniczych
-na zakup ziemi i całych gospodarstw
TANIO - SZYBKO - SOLIDNIE
tel. 692 00 08 08

AUTO NAPRAWA
Naprawy główne i bieżące
Diagnostyka komputerowa
Naprawa zawieszania
Wymiana oleju
Rozrządy, hamulce
Rudka, ul. Cielechanowiecka 56, Tel. 883083107

FOTO-TKM
Profesjonalne i tanie usługi fotograficzne
Fotografia ślubna
Komunie, Chrzty, Bierzmożowania
Studniówki, Szkolne
Reportaże z imprez firmowych i domowych
Reklama produktów, towarów
oraz inne reportaże
tel. 506-05-42-48 www.foto-tkm.pl

Grupa Producentów Rolnych
PIECZARKA
Galicyjska

Najlepsze ceny w mieście

Nie przepłacaj!

42"
PLAZMA

3599.-

PHILIPS

42 PF 3320
To nie jest plazmowy TV
Model nr tel. 952140

WARSZAWA
ul. Sienkiewicza 17
tel. 22 62 76 100

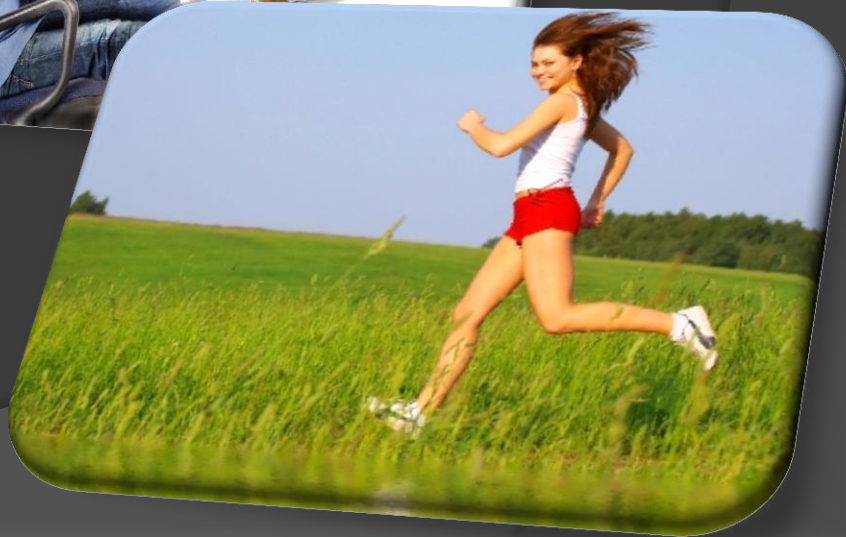
Media Markt
Nie dla idiotów!

MECHANIZM REKLAMY

Reklamy opierają się na wartościach (rodzina, zdrowie, seksualność, rozrywka).

Bohaterowie reklam są młodzi, piękni, zdolni, mają czas wolny, cieszą się udanym życiem rodzinnym i zawodowym.

To wszystko ma na celu skojarzenie sukcesu, przyjemnością z konkretnym produktem + krótkie, chwytliwe hasła, które szybko zapadnie w pamięć.



REKLAMA -

dawniej i dziś



Stare reklamy

- Stare reklamy zachęcały do zakupu w sposób obiektywny i nie nachalny.
- Reklamy miały formę informacji handlowych, zawierały nazwy oraz adresy sklepów. Zwracały się przy tym do wszystkich odbiorców. Jeśli towarzyszyły im ilustracje, które głównie malowano, pokazywały one reklamowany produkt.



Współczesne reklamy

- Współczesne reklamy mają zaintrygować ludzi, zwrócić na siebie uwagę często w kontrowersyjny sposób. Autorzy reklamy całą grafikę tworzą na komputerach, używają photoshop.





Najbardziej kontrowersyjne reklamy



The average smoker needs over five thousand cigarets to get hooked.

Get unhooked. Call 0800 169 0 169 or visit www.getunhooked.gov.uk



PLAY

INNA TELEFONIA KOMÓRKOWA

Reklama Red Bull : Mędrcy



Red Bull: Szopka

(8 skarg, podtrzymane przez Radę Reklamy)

Reklama wykorzystuje wizerunek Świętej Rodziny, do której przybywa czterech (zamiast trzech) króli, aby oddać pokłon Dzieciątku Jezus. Darem czwartego króla jest Red Bull...

Główny zarzut: reklama kpi z Bożego Narodzenia i wrażliwości chrześcijańskiej; obraża uczucia religijne odbiorców, zwłaszcza osób wierzących.

Reklama Play : Palce

- Play: Palce
(5 skarg, podtrzymane przez Radę Reklamy)
- Szczerze mówiąc, zdziwiło mnie, że kampania Playa została tak „słabo” oprotestowana. Zwłaszcza w kontekście tego, że tyle mówiło się o jej kontrowersyjności. Reklama była reklamą outdoorową.
- Główny zarzut:** szczególnie drastyczny obraz, który może zachęcać do aktów przemocy; umieszczenie tego typu layoutu w przestrzeni miejskiej zmniejsza również wrażliwość odbiorców na okrucieństwo.

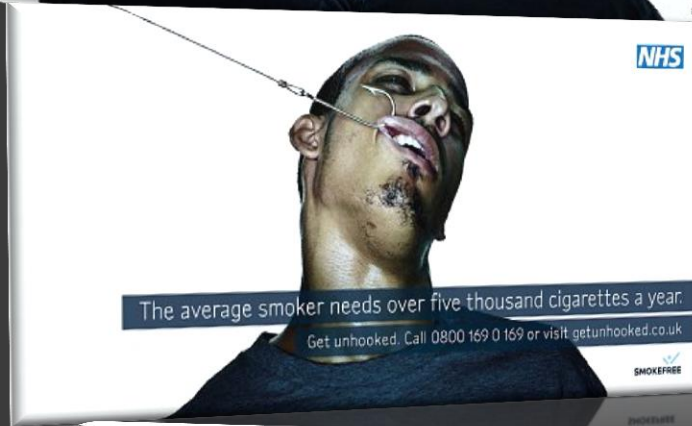


Reklama Harnaś : Owieczka



- **Harnaś: Owieczka**
(5 skarg, oddalone przez Radę Reklamy)
- Animowany spot reklamowy przedstawiający, jak Harnaś ratuje przed utonięciem owieczkę, tylko po to, żeby ją zjeść...
- **Główny zarzut:** reklama, choć nie pokazuje aktu przemocy, to jednak ją propaguje; jest obrzydliwa i „trochę” niesmaczna.

Department of Health: Hook



Department of Health:
Hook (774 skarg;
podtrzymane przez ASA)

- Kampania społeczna przeciw paleniu papierosów prowadzona przez Brytyjskie Ministerstwo Zdrowia w TV, prasie, na outdoorze i w Internecie. Najwięcej protestów wzbudziły billboardy, zostały określone jako „odrażające i wzbudzające strach, zwłaszcza wśród dzieci”.

Jaka kawa jest dobra?

Gdy jest umiejętnie zestawiona z odpowiednich gatunków i świeżo

upalona!

Taką KAWĘ można nabyć w firmie

L. Kotowski

Kielce, Sienkiewicza 17

ponieważ firma posiada elektryczny PALACZ KAWY

Cena 20 gr.

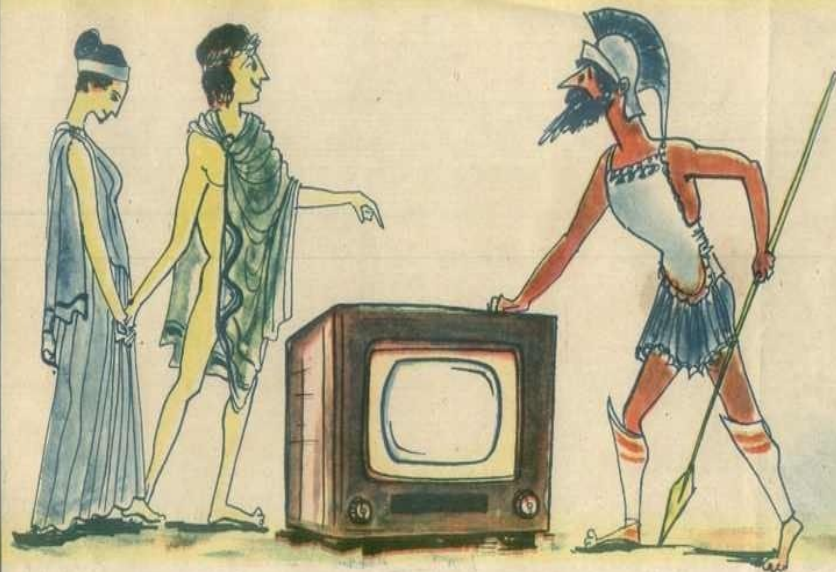
ROZKŁAD JAZDY Pociągów i Autobusów

oraz

Oplaty pocztowe, telegraficzne,
Pocza lotnicza, Ceny biletów
kolejowych i autobusowych

INFORMATOR KIELECKO-BUSKI

nr 35 rok



ARYS... WELASA: Pi... Hel... od... warunkiem, ż... k... sz... or p... ukcji

STARE REKLAMY

Najpiękniejsza ozdoba Pań!

pragnie posiadać każda dama szczególnie ta, która uskarża się na warty porost włosów, przedwczesną siwiznę, łupież, wypadanie i rozdawanie się włosów i t. p. Pewien powalny i doświadczony fachowiec polecił jako najlepszą metodę następującą pielęgnację włosów: (4858-2-3)
Raz w tygodniu mycie głowy proszkiem DRALLE „Kopfrein“ (80 halorsy) zaraz po tem równie i silne wcieranie i masaż głowy „Dra DRALLEGO“ wodą brzoową (K. 2-50 i 5-1) Jeżeli zaś włos jest suchy, kruchy lub łamliwy należy głowę natrzeć Dra Drallego brzoową brylantyną (K. 0-80 i K. 1-20) Wiele powalnych pism uznania od lekarzy i laików. Żądajcie zatem wyraźnie tylko „Dra Drallego“ we wszystkich Składach perfumeryi, Drogueryach, Zakładach fryzjerskich, oraz Aptekach.
Grzegorz Dralle, Bodendach n. E.

Etiquette Bleu-Or

Pâques, fête de la Beauté

Ne cherchez plus le caducée qui plait si vivement à une jeune femme. "4711" est celui qui l'enchantera. Cette Eau de Cologne, véritable et divine, exerce son doux effet encore plus belle, plus adouci. Les vertus, stimulantes et revivifiantes de "4711", son parfum délicat, le fraîcheur persistante qu'elle laisse au corps et la force qu'elle lui procure pendant sa voyage nocturne, et le succès de tous les produits de beauté qui portent le même chiffre magique. Fêter le renouveau avec "4711", c'est faire de son l'année du Printemps.

Exiger la Marque déposée "4711", sur l'Étiquette Bleu-Or, garantie d'un produit de haute qualité.
Maison "4711" fondée en 1792.

No. 4711. Véritable Eau de Cologne

ADET



Wyroby alkoholowe

2
AMIS
1

SEUL COGNAC

LE COGNAC

DUBO



DUBON



DUBONNET



VIN TONIQUE
AU QUINQUINA



LA VIE TOUJOURS PLUS BELLE A TRAVERS LE

BYRRH

Perfumy i kosmetyki

Si votre barbe "résiste"

est-ce vraiment la faute de votre rasoir ? Le plus souvent, c'est parce que votre barbe est mal adoucie par le savon ou la crème à raser dont vous vous servez. Faites une comparaison. Achetez un tube de crème à raser Palmolive. Employez-en la moitié. Si vous n'en étiez pas satisfait nous vous rendrions alors votre argent. Il vous suffira de renvoyer le tube commencé à la S.A. Palmolive, 20, rue Vernier, à Paris.

Des Ongles qui s'harmonisent avec une jolie toilette sont le signe d'une élégance moderne. Cutex pare les Ongles d'un éclat chatoyant dans la teinte qui convient à votre robe. Le Brillant liquide Cutex est élégant. Il est peu coûteux. Vous pouvez vous fier à sa qualité et au bon goût de ses teintes.

CUTEX

Un parfait ovale est le seul encadrement qui convienne à de jolis Ongles. L'Eau Cutex, qui sent l'Orange et en blanchit la pointe vous le donnera facilement.

La crème à raser Palmolive possède 5 avantages exclusifs. Elle produit 250 fois son volume de mousse. Elle adoucit la barbe en une minute et tient dix minutes sans sécher sur la peau. Elle maintient le poil droit sous l'attaque du rasoir et supprime le feu du rasoir grâce à l'onctuosité de sa mousse.

Crème à raser
PALMOLIVE
MARQUE DÉPOSÉE

Je ne choisis pas mon savon
au hasard...

**JE SAIS POURQUOI
J'EMPLOIE
PALMOLIVE**



3
Employez Palmolive, soir et matin, pendant un mois, pour la toilette et le bain. Vous serez étonnée des résultats obtenus par ce « traitement de 30 jours ».



1
Mon expert en soins de beauté déclare que Palmolive est « scientifiquement pur ». Voilà pourquoi Palmolive préserve la fraîcheur et la délicatesse du teint.



2
Quelle sécurité offre un savon fabriqué avec l'huile d'olive ! Palmolive représente une splendide formule de beauté ! Votre visage, rajeuni, le prouvera.



2fr.

Gardez ce teint de Jeune fille !

Véritablement antiseptique

Le DENTOL (eau, pâte, poudre, savon) est un dentifrice à la fois souverainement antiseptique et doux du parfum le plus agréable.

Créé d'après les travaux de Pasteur, il raffermi les gencives. En peu de jours, il donne aux dents une blancheur éclatante. Il purifie l'haleine et est particulièrement recommandé aux fumeurs. Il laisse dans la bouche une sensation de fraîcheur délicieuse et persistante.

Le DENTOL se trouve dans toutes les bonnes maisons vendant de la parfumerie et dans toutes les pharmacies.



Dentol



Dépôt général :
Maison FRÈRE, 19, rue Jacob - Paris
CADEAU Pour recevoir gratuitement et franco un échantillon de DENTOL, il suffit d'envoyer à la Maison FRÈRE, 19, rue Jacob, Paris, son adresse exacte et bien lisible, en y joignant la présente annonce de L'illustration.



Etiquette Bleu-Or



Pâques, fête de la Beauté

Ne cherchez plus le cadeau qui plaira sûrement à une jeune femme. '4711' est celui qui l'enchantera. Cette Eau de Cologne, véritable et divine, exaucera son désir d'être encore plus belle, plus admirée. Les vertus, stimulantes et revivifiantes de '4711', son parfum délicat, la fraîcheur persistante qu'elle laisse au corps et la force qu'elle lui prodigue justifient sa vogue mondiale, et le succès de tous les produits de beauté qui portent le même chiffre magique. Fêter le renouveau avec '4711', c'est faire de soi l'usage du Printemps.

Exiger la Marque déposée '4711', sur Etiquette Bleu-Or, garantie d'un produit de haute qualité.

Maison '4711' fondée en 1792.

No. 4711. Véritable Eau de Cologne



● Mesdames sans
bas Kayser vos jambes
ne sont plus que des
moyens de transport ●

● JEAN COCTEAU



Talons spéciaux "Slendo Heel" - "Slipper Heel". En vente dans
toutes les bonnes maisons. Tous coloris mode à partir de Frs 39.
Marque "Kayser" imprimée sur chaque paire de bas.

Fabrique aux Etats-Unis d'Amérique.

VENTE EN GRCS SEULEMENT

Ets. BAKESER, 42, RUE D'ENGHEN, PARIS

EN SOCQUETTES
EN MI-BAS
NE PORTEZ QUE DD

DORÉ - D...
PREMIÈRE MARQUE...
FONDÉE EN 1819
EN VENTE DANS TOUTES LES... MAISONS

Bielizna damska

La femme
élégante
ne porte
que le
BAS GUI



en soie naturelle,
60 fr.
en fil d'Ecosse,
30 fr.

LES BAS GUI SONT EN VENTE DANS TOUTES
LES BONNES MAISONS DE BONNETERIE DE
FRANCE ET DE L'ÉTRANGER.

EXIGER LA MARQUE



SUR LA POINTE DE CHAQUE BAS



"Le Gant"
Tissé Laster
extensible en tous sens.

Une ceinture incomparable
de goût, de solidité et de
confort, pour tous les sports,
pour toutes les toilettes

EN VENTE CHEZ LUCY, 80, RUE ST-LAZARE - 7, BOUL. HAUSMANN - 319, RUE ST-MONÉ - dans les premières Maisons de Corsets et les Grands Magasins du monde entier.
Le modèle illustré est vendu de 175 à 425 frs. Brevets français N°s 744.265 et 759.627
Pour le Gros : WARNER'S-AIGLON, 16, Boulevard Poissonnière - PARIS



QUELS QUE SOIENT
VOS GOUTS ET VOS BESOINS
VOUS TROUVEREZ PARMIS
LES MODELES

CITROËN

LA VOITURE QU'IL VOUS FAUT

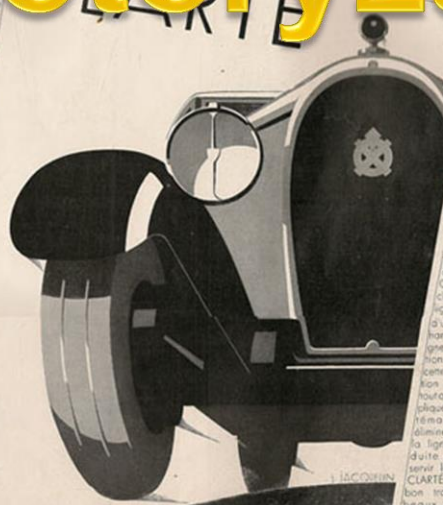
C4F La voiture économique par excellence. 15 types de carrosseries à 2, 4 ou 6 places. Munie des derniers perfectionnements et garnie de nombreux accessoires, la C4F est incomparable à son prix.

C4F LARGES Voitures de 5 à 7 places possédant les mêmes caractéristiques que la C4F mais ayant une voie de 1 m. 60 d'un ensemble harmonieux, signe de perfection. CIARTE, cette conception claire ou tout organe compliqué est systématiquement éliminé. CIARTE : rapprocher le plus possible le prix de vente du prix de revient. CIARTE : vendre tous les modèles de carrosseries montés sur un châssis unique.

C6F
C6F

Voitures de 5 à 7 places possédant les mêmes caractéristiques que la C4F mais ayant une voie de 1 m. 60 d'un ensemble harmonieux, signe de perfection. CIARTE, cette conception claire ou tout organe compliqué est systématiquement éliminé. CIARTE : rapprocher le plus possible le prix de vente du prix de revient. CIARTE : vendre tous les modèles de carrosseries montés sur un châssis unique.

Motoryzacja



HOTCHKISS



Le PNEU ENGLEBERT
le grand vainqueur de 1933
GRAND PRIX DE MONACO 1934

Le GRAND PRIX DE CASABLANCA
avec CHIRON sur Alfa-Roméo (Scuderia Ferrari) à la moyenne de 130 km. 212 en remportant !

Le GRAND PRIX DE L'AVUS (Berlin)
avec MOLL sur Alfa-Roméo (Scuderia Ferrari) à la moyenne de 205 km. 300

Le GRAND PRIX DE MONTREUX
avec TROSSI sur Alfa-Roméo (Scuderia Ferrari) à la moyenne de 101 km. 240

ISLE OF MAN RACE
avec BRIAN LEWIS sur Alfa-Roméo (Scuderia Ferrari) à la moyenne de 121 km. 243

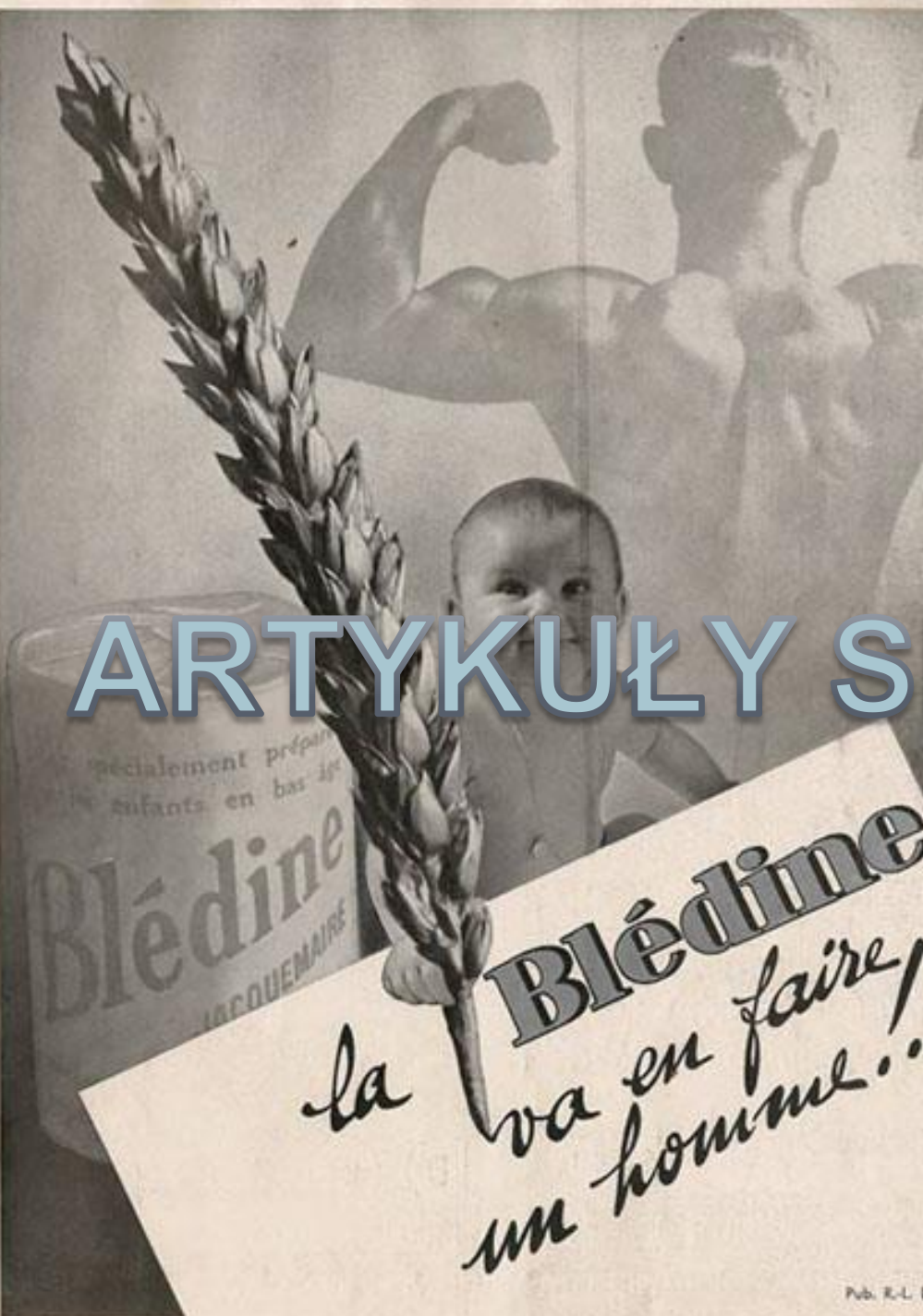
Englebert



Cylindres 500 Frs. 6 cylindres 600 Frs avec tous les accessoires, y compris une boîte à outils.
CIARTE : cette usine moderne parfaitement organisée, propre, ordonnée, est la garantie de la qualité et de la perfection de nos produits.

MAISON FONDÉE EN 1890
HOTCHKISS

ARTYKUŁY SPOŻYWCZE

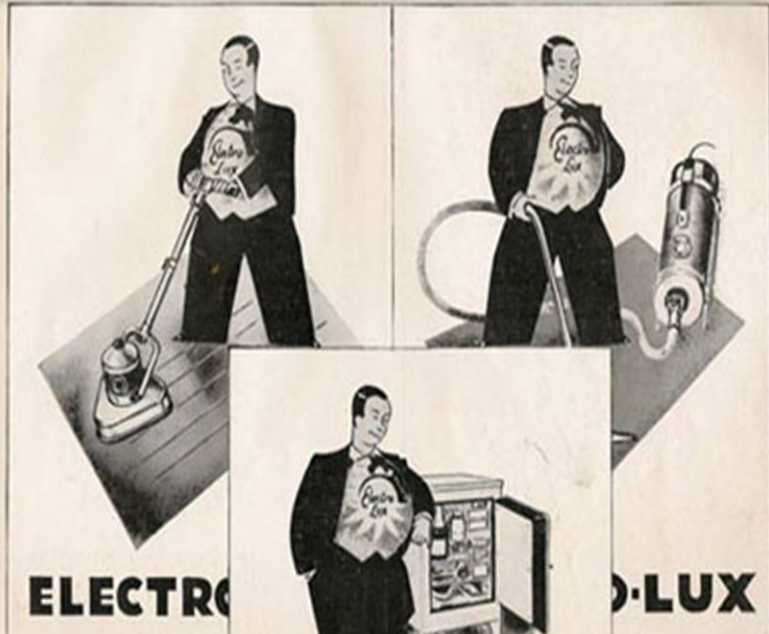


Après le match...

quel parfait réconfort
qu'un plat savoureux

de **PATES ALIMENTAIRES**





ELECTRO-LUX

Dla domu i nie tylko



*Serviteur, du Foyer, je frappe à votre porte
Electro-lux je suis, Confort, Santé j'apporte.*
FRIGÈLUX
26, B^o MALESHERBES-PARIS

L'ASPIRATEUR - ASSAINISSANT
LA CIREUSE 3 BROSSES
LE RÉFRIGÉRATEUR
L'ADOUCCISSEUR D'EAU

*Dangerous et efficace est l'emploi de l'eau dure.
Sachez que Douso-lux l'eau douce vous procure.*
DOUSSO-LUX

26, B^o MALESHERBES
50 Succursales en Province et AF

PHILIPS

"ULTRASOL"

La santé par les rayons ultra-violet

Le Soleil chez soi!

*Les coups de soleil ont
des coups de main...*



AVEC UN
LUMIREX
LUMIÈRE

L'Appareil à pellicules 6x9
muni de
tous les perfectionnements modernes
Mise en batterie automatique
Anastigmat LUMIÈRE
F: 6,3
Oblurateur 1/100" - 2 viseurs
1 déclencheur



Succès toujours, Succès partout
avec la PELLICULE

185^f



LUMICHROME LUMIÈRE

Rodzaje reklamy ze względu na treść

- ⦿ reklama podprogowa
- ⦿ reklama informacyjna
- ⦿ reklama przypominająca
- ⦿ reklama wspierająca
- ⦿ reklama stabilizująca
- ⦿ reklama ukryta
- ⦿ reklama wprowadzająca w błąd
- ⦿ reklama uciążliwa



Reklama podprogowa

- Percepcja podprogowa (sublimalna) - oddziaływanie na mózg informacji bez jego świadomości ich spostrzegania.



Reklama informacyjna

Reklama informacyjna
- zwracająca uwagę
na korzyści, jakie
osiągną nabywcy
kupując
reklamowany
produkt lub usługę;



ZARABIAJ OD ZARAZ

na Lokacie NA DOBRY POCZĄTEK

8%

na 2 mies.

PROMOCJA!
SPECJALNIE
DLA NOWYCH
KLIENTÓW!

UWAGA! Tylko do 15.09.2011!

już od 1000 zł

bez podatku Belki!



zapłać za 2 zabierz 3

każda trzecia najtańsza rzecz w zestawie GRATIS



wielkie marki
za darmo

Start już dziś
koniec?
w każdej
chwili

Meindl, Deuter, Marmot, Petzl, La Sportiva, Black Diamond, Arcteryx, Ortovox

Reklama przypominająca

- Reklama przypominająca jest szczególnie ważna w stadium dojrzałości produktu. Jej celem jest ciągłe przypominanie o jego istnieniu.



Reklama wspierająca

- Reklama wspierająca dotyczy pomocy przy sprzedaży pewnych produktów, które reklamowane są przez inwestora. Taka reklama ma pomóc dla osoby, która inwestuje w kwestie promocji.

Reklama stabilizująca

- Reklama tego pokroju dotyczy stabilizacji sprzedaży, czyli utrzymania wysokiego progu sprzedawanych towarów.



Reklama ukryta

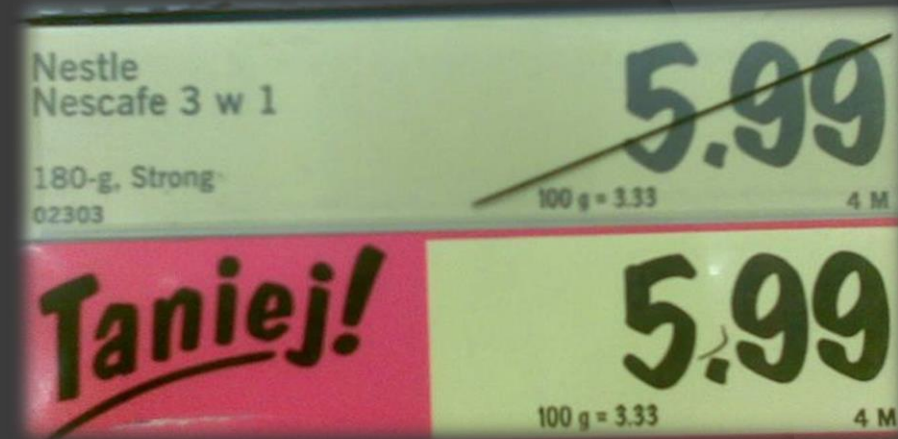
Polega to na służącym celom reklamowym lub promocyjnym przedstawieniu w słowach lub obrazach towaru, usługi, nazwy firmy, działalności przedsiębiorców, prezentujących w sposób wprowadzający w błąd odbiorców przekazu, co do jej charakteru, celu i przeznaczenia.



Reklama wprowadzająca w błąd

Rodzaj reklamy, który wywołuje mylne wrażenie, co do pochodzenia towaru, wartości czy ilości.

Powoduje, że powstałe na jej podstawie wyobrażenia nie są zgodne ze stanem rzeczywistym.



Reklama uciążliwa

Polega na ingerowaniu w sferę prywatności potencjalnych odbiorców w miejscach publicznych przez nagabywanie, przesyłanie niezamówionych towarów, nadużywanie technicznych środków przekazu. W celu ochrony konsumenta powstała ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (art. 16 ust. 1 pkt 5), w której reklama uciążliwa jest określona jako niedopuszczalna.



Zagrożenia i korzyści

CAKA POLSKA
CZYTA DZIECIOM

Korzyści z reklamy:

1. Powszechna informacja o produkcie.
2. Finansowanie mediów działalności sportowej, kulturalnej.
3. Kształtowanie postaw społecznych.



jedziesz szybciej,
niż myślisz

zwolnij/szkoda życia

organizatory akcji: TVP1
partnerzy akcji: Gillette COMPENSA Plus



Bo zupa
była za
słona



Słowa ranią na całe życie

Guard Against Throat-Scratch

enjoy the smooth smoking of fine tobaccos

...smoke **PALL MALL**
the cigarette whose mildness
you can measure

Study This Puff Chart:

PUFF BY PUFF... YOU'RE ALWAYS AHEAD WITH PALL MALL



The further your cigarette filters the smoke through fine tobaccos, the milder that smoke becomes. At the first puff, PALL MALL's smoke is filtered further than that of any other leading cigarette.

Again after 5 puffs of each cigarette your own eyes can measure the extra length for extra mildness as the smoke of PALL MALL's traditionally fine tobaccos is filtered further. Moreover, after 10 puffs of each cigarette...

Wherever you go today, you will see more and more people smoking the cigarette whose mildness you can measure.

Outstanding

...and they are mild!

P.S. LET A CARTON OF PALL MALLS SAY "MERRY

ZNALEZIENIE NA
WWW.JOEMONSTER.ORG

Zagrożenia:

1. Wprowadzają w błąd odbiorcę.
2. Wzbudzają nadmierną potrzebę zakupu.
3. Promują zachowania społeczne i zwyczaje negatywnie wpływające na jednostkę.
4. Manipulują odbiorcami przez użycie środków pozaracjonalnych, jak np. uzależnienie od papierosów i inne.



Bibliografia:

- http://pl.wikipedia.org/wiki/Reklama#Rodzaje_reklamy_ze_wzgl.C4.99du_na_tre.C5.9B.C4.87
- http://pl.wikipedia.org/wiki/Percepcja_podprogowa
- <http://www.google.pl/search?q=reklama%20wspieraj>
- <http://www.serwis-reklamowy.com/stabilizujaca.php>
- <http://www.serwis-reklamowy.com/wspierajaca.php>
- <http://www.eduteka.pl/doc/reklama-przypominajaca>
- <http://starereklamy.blox.pl/html>
- <http://info.wyborcza.pl/temat/wyborcza/kontrowersyjna+reklama>
- <http://www.formyreklamy.pl/metody-promocji/spis-metod-reklamy/>
- <http://www.inwestujwdobramarke.pl/wspolczesne-reklamy-sa-banalne>
- http://oreklamie.blogspot.com/2011/02/historia-reklamy_09.html
- <http://www.kimono.pl/TOP-10-Najbardziej-kontrowersyjne-reklamy-2011-a3306>