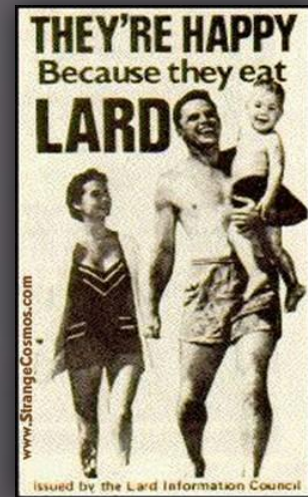


# Жарнам а

**Жарнама, реклама** (франц. *reclame*, лат. *reclamo* — жар саламын) — тауарлардың, қызмет көрсетудің тұтынушылық қасиеті туралы ақпарат беру және оған деген сұранысты көбейту мақсатында таратылатын хабарлама; белгілі бір адамдар, ұйымдар, әдебиет пен өнер шығармалары туралы хабар таратып, оларды әйгілеу.



**Жарнама дегеніміз – қаржыландыру көзі анық көрсетілген, БАҚ арқылы жүзеге асатын, жеке көрсетілмейтін, тауар мен қызметті жылжыту нысаны.**

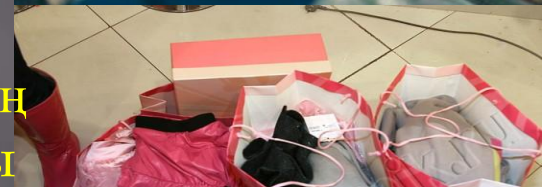


Жарнама сұраныс пен ұсынысты қалыптастыруға, бәсекенің пайда болуына, инвестиция табуға, өткізу нарығының кеңеюіне, осыған байланысты жалпы экономиканың және оның әр түрлі саласының дамуына әсерін тигізеді

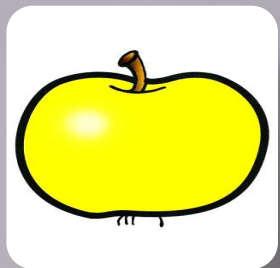


# Жарнаманың негізгі мақсаты

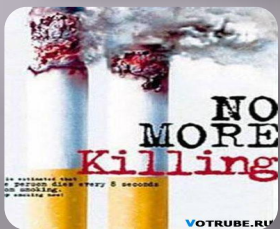
- потенциалды сатып алушының зейінің аудару;
- өнімдердің өсуіне немесе сатылуына барлық жағдайлар жасау;
- өнімдердің өтуін сақтау;
- тұтынушылар алдында, фирманың атын, беделін немесе өнімдерін тануға, сол тауарларға қалыптасқан пікірлерді нығайту;
- сатып алушыға тауарды игергеннен кейін алатын тиімділігін көрсету (қызметтері);
- сатып алушыға тауарды қосымша зерттеу үшін мүмкіндіктерді ұсыну;
- тұтынушыға тауар немесе қызмет туралы белгілі бір деңгейде білімді қалыптастыру;
- фирманың жағымды бейнесін құру – оған өндірушінің немесе сатушының, сонымен қатар, тұтынушылардағы және іс серіктестерінің саудалық немесе өндірістік маркаларын құру жатады;
- тұтынушыға фирма және оның тауарлары жайлы еске салып отыру.



# Жарнама түрлері



Коммерциялық жарнама



Әлеуметтік жарнама



Саяси жарнама

## тележарнама

- Ең танымал түрлері: телеролик, телехабарландыру, жарнамалық бағдарламалар, бағдарлама арасындағы телезаставкалар.,

## радиожарнама

- негізгі түрлері — радиохабарландырулар, радиожурналдар, радиорепортаждар, радиороликтер.

## баспасөз жарнама

- Бұл — хабарландыру және шолу-жарнама жарияланымдары сипатында баспасөзде жарияланған әр түрлі жарнамалық материалдар (мақалалар, репортаж, шолу т.б.,)

**Интернет арқылы жарнама.** Өзінің жеделдігіне, қайталануына және таратылуының ауқымдылығына байланысты баспасөздегі жарнаманың ең тиімді құралы болып табылады

**Көліктегі жарнама.** Бұл — автобус, троллейбус және тағы басқа көлік түріне орналастырылатын жарнамалық мәліметтер, хабарландырулар

**Тікелей пошталық жарнама** — жарнамалық хабарларды тұтынушы мекен - жайына жарнама хаттар немесе хабарландыру - ақпараттық материалдардың басылымдары ретінде жіберу

**Жарнама сувенирлері** — фирма қызметін таныту үшін қолданылатын фирмалық сувенирлер, сериялық сувенирлік заттар, сыйлықтар, фирмалық орамалар

**Компьютерлендірілген жарнама.** Жарнаманың бұл түрі шетелде жақсы дамыған. Ол компьютерлендірілген ақпарат және кабельді теледидар арқылы жүргізілетін жарнама (бейне - теле каталогтар бойынша сауда.



*Контржарнама* – кездейсоқ түскен имиджді қалпына келтіру. Контржарнама мінетті түрде уақытылы берілуі керек.

*Антижарнама* – яғни имиджді төмендету. Оның мақсаты – егер фирма тұтынушыларды қанағаттандыра алмаған жағдайда, тұтынушылар ағымын азайту. Бұл жағдайда тұтынушыларға бар мәселелерді түсіндіру қажет.

# НАЗАРЛАРЫҢЫЗГА РАҚМЕТ

