


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО КубГУ)

Факультет журналистики
Кафедра издательского дела и медиатехнологий

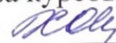
КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Основы интегрированных коммуникаций»

На тему: «СПОРТИВНАЯ ТЕМАТИКА В РЕКЛАМНОМ ПОЛЕ Г.
КРАСНОДАР»

Студент **Борисов М.О.** 
1 курс ОФО,
направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель:
канд. филол. наук, доцент **Хлопунова О.В.**
оценка за курсовую работу: 12.05.18


дата и подпись

Краснодар

2017

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| Введение..... | 2 |
| 1. Реклама как социальный феномен..... | 5 |
| 1.1. Формирование модели поведения здорового образа жизни..... | 8 |
| 1.2. Пропаганда спорта и здорового образа жизни..... | 12 |
| 2. Спортивная тематика в рекламном поле г. Краснодар..... | 16 |
| 2.1. Инициаторы рекламы спорта..... | 18 |
| 2.2. Особенности и виды рекламы спорта в г. Краснодар..... | 22 |
| Заключение..... | 27 |
| Список использованной литературы..... | 28 |
| Приложение..... | 30 |

ВВЕДЕНИЕ

Данная курсовая работа посвящена изучению спортивной тематики в рекламном поле г. Краснодара. Говоря об актуальности данной работы, хочется отметить, что ввиду роста популярности спорта среди населения, резко возросло и количество соответствующей рекламы. Она совершенно разнообразна: социальная реклама спортивной направленности, реклама фитнес-клубов, различных матчей. Также мы можем наблюдать совершенно разные каналы распространения спортивной рекламы: наружная реклама, реклама в Интернете, на радио, в газетах и журналах.

Реклама стала очень важным компонентом в развитии современной рыночной экономики. Практически все предприятия, настроенные на ведение успешной деятельности, вынуждены использовать рекламу. Не обходит стороной реклама и сферу спорта. Спортивная тематика стала по-настоящему важной и популярной сферой в рекламном бизнесе. Рост спроса на спортивную рекламу в Краснодаре объясняется в первую очередь тем, что на территории края за последние несколько лет проходили спортивные события мирового масштаба, а также тем, что у населения всей страны в целом возросла культура спорта.

Новизна исследований в курсовой работе связана с изучением спортивной тематики в рекламном поле Краснодара.

Объектом курсовой работы является реклама в городе Краснодар, а ее предметом – спорт в рекламе.

Основной целью курсовой работы является определение особенностей рекламы спорта и видов спортивной тематики в рекламном поле Краснодара.

К основным задачам данной работы относятся:

1. Охарактеризовать рекламу как социальный феномен.
2. Рассмотреть пропаганду спорта и здорового образа жизни в контексте их влияния на рекламу.
3. Описать основных инициаторов рекламы спорта.

4. Рассмотреть наиболее популярные каналы распространения рекламы спорта в Краснодаре.

5. Выявить особенности спортивной рекламы.

Методологическую базу исследований составили работы таких авторов, как М.А. Блюм «Виды и средства распространения рекламы», Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин «Основы рекламы», Ю.П. Нечай, О.В. Хлопунова «Реклама как социальный феномен», Макарова Л. П., Матусевич М. С., Шатровой О. В. «Формирование мотивации здорового образа жизни как критерий качества образования».

В курсовой работе были использованы следующие методы исследования: анализ литературы, метод наблюдения, а также изучение и обобщение.

Структура курсовой работы определена ее предметом, целью, задачами исследования. Работа включает в себя введение, две главы, заключение, список использованной литературы и приложение.

В первой главе реклама рассматривается как социальный феномен. Также изучается пропаганда спорта и формирование модели поведения здорового образа жизни.

Вторая глава полностью посвящена изучению спортивной тематики в рекламном поле Краснодара. Во-первых, там мы описываем основные причины роста популярности спортивной рекламы и ее важность для всего рекламного бизнеса в целом. Во-вторых, анализу подвергаются инициаторы рекламы спорта и ее основные спонсоры, объединенные в группы. И, наконец, последний пункт курсовой работы рассказывает об основных видах рекламы спорта в Краснодаре, а также о ее особенностях.

Приложение включает в себя вспомогательный материал, использованный в исследовании курсовой работы.

В заключении подводятся итоги и выводы всего исследования по данной теме.

1. Реклама как социальный феномен

Жизнь нашего общества уже невозможно вообразить без рекламы. Реклама - это очень динамичная и быстро развивающаяся сфера жизни современного человека. Вот уже на протяжении многих веков она «сопровождает» человека и меняется вместе с ним. Характер рекламы, ее наполнение и виды претерпевают большие изменения вместе с развитием производительных сил общества, сменой социально-экономических формаций. Если говорить о роли рекламы, то она не ограничивается ни рамками коммерческих коммуникаций, ни даже всей рыночной деятельностью. Значение рекламы без преувеличения растет практически во всех областях экономики и жизни нашего общества [14].

Так что же все-таки представляет собой реклама? Только лишь информацию о каких-то товарах и услугах? Безусловно - да, но далеко не только это. Данный термин имеет гораздо более глубокое и широкое значение. Попробуем дать определение рекламы, исходя вначале из нормативно-правового акта.

Итак, закон РФ от 13.03 2006 г. «О рекламе» предлагает следующее определение рекламы: «Реклама – распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация), которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей, начинаний» [1].

В большинстве случаев, авторы других стран также подробно описывают данное определение, но чаще с точки зрения маркетинга. Так, американский маркетолог Филип Котлер, являющийся профессором маркетинга Северо-Западного университета США, трактует данное понятие следующим образом: «Реклама представляет собой неличные формы коммуникации, осуществляемые через посредство платных средств

распространения информации, с четко указанным источником финансирования» [8, с. 8].

В наши дни реклама принадлежит далеко не только к сфере экономических отношений, она постепенно становится очень мощной составляющей социально-культурного сектора общественной жизни. Реклама, будучи феноменом, распространяется повсюду. При этом она не только выполняет функцию информирования о товаре, но и становится полноценным социальным институтом. Реклама действительно признается как немаловажный феномен. Об этом говорит создание отдела по рекламе и маркетингу в рамках Международной академии информатизации. Рекламный бизнес в наши дни продолжает бурно развиваться: по всему миру растет число рекламных агентств, различных газет и журналов, издается очень много различных пособий и книг по рекламе. Выделяют несколько причин роста значимости рекламы:

1. В наши дни информация становится массовым продуктом из-за возрастания важности информационных потребностей человека.
2. Заметно выросли технологические возможности использования и хранения рекламы.
3. Появляется настоящий рекламный рынок, приносящий огромную прибыль [13].

Сложно переоценить роль рекламы в современном обществе. Она очень сильно и мощно воздействует на большинство населения стран каждый день. Каждодневное оказание этого влияния на миллионы потенциальных потребителей не только способствует формированию предпочтений у покупателей, но и входит в социальную среду, которая участвует в становлении определенных стандартов мышления, иначе говоря стереотипов, и социального поведения слоев населения в разных странах. В современном обществе реклама все чаще используется как способ решения наиболее серьезных проблем человечества. Также нельзя не сказать про очень важную

образовательную роль рекламы. В процессе внедрения и активного использования новых прогрессивных товаров и современных технологий она способствует распространению знаний из различных сфер деятельности человека, прививает потребителям определенные практические навыки [14].

Говоря о рекламе, как о важной составляющей повседневной жизни современного человека, нельзя не сказать более подробно об ее функциях. Одна из самых главных и наиболее очевидных функций – это информирование. Оно представляет собой наличие знаний об определенном товаре и формирование осведомленности о нем. Следующая функция – напоминание – позволяет потребителям удерживать в своей памяти информацию о товаре, его свойствах, местах продажи и его цене. Другая функция, увещевание, способствует последовательному формированию потребительского предпочтения, которое соответствует восприятию потребителем образа данного товара. Также эта функция способствует убеждению потребителя выбрать конкретный товар. Немаловажной функцией является позиционирование определенного товара в сознании потребителей – то есть, определение соответствующего ему места среди товаров конкурентов. И, наконец, формирование имиджа конкретного товара, что представляет собой создание длительного позитивного отношения к определенному товару. Безусловно, это далеко не все функции, которые выполняет реклама, но, пожалуй, самые очевидные [5].

Подводя итог, необходимо сказать, что реклама является неотделимой частью нашей культуры и истории в целом, которая способствует формированию определенных ценностей, стереотипов и образцов поведения человека. Реклама содержит в себе те идеи, которые позитивно и достаточно легко воспринимаются аудиторией, быстро и без больших затрат становятся популярными [3]. Сейчас мы можем наблюдать то, как меняется общество под воздействием рекламы. Реклама постоянно предоставляет нам все больше и больше товаров, убеждает в том, что мы не сможем прожить без той или иной вещи, что нам необходимо эту вещь срочно приобрести.

Человек, оказываясь под влиянием рекламы, понимает свои потребности и способствует их удовлетворению, прилагая к этому определенные усилия [7]. Современный человек еще с детства испытывает огромное воздействие рекламы на себя, потому что он окружен ею повсеместно. Вполне закономерно напрашивается вывод, что реклама в наши дни воздействует не только на потребительское поведение людей и спрос на рекламируемые товары, но и на формирование социально-психологических установок как каждого отдельно взятого человека, так и общества в целом [9].

1.1 Формирование модели поведения здорового образа жизни

В последнее время все чаще можно наблюдать озабоченность людей своим здоровьем. В первую очередь это связано с тем, что в мире растет количество заболеваний, с которыми медицина не справляется, и разных опасных социальных явлений. Люди стараются тщательнее следить за гигиеной, своим питанием, физическим и психическим состоянием. Важнейшим фактором, который влияет на здоровье человека, является образ жизни, определяющийся социальными, культурными и историческими факторами, национально-религиозными традициями, условиями, в которых проживает человек, и, конечно же, его собственными личностными характеристиками[15].

По данным Всемирной Организации Здравоохранения, здоровье людей на 50% зависит от их образа жизни. Гораздо меньше оно зависит от условий окружающей среды (20%), от наследственности (15%). А вклад медицины в здоровье людей и вовсе оказался мизерным – около 10% [4].

Если говорить об образе жизни более подробно, то важно выделить следующее.

Образ жизни – одна из биосоциальных групп, объединяющая представления об особой форме повседневной жизни людей в рамках конкретной общественно-экономической формации. Она определяется трудом и бытом человека, распределением свободного времени и его рациональным использованием, удовлетворением необходимых

потребностей, а также нормами и правилами поведения. Для того чтобы проанализировать образ жизни человека более подробно и четко, выделяют следующие параметры: социальную, физическую и трудовую позицию человека. Помимо позиций, образ жизни включает в себя несколько категорий: уровень жизни, качество жизни и стиль жизни.

Уровень жизни показывает то, насколько человек удовлетворен уровнем культурных, духовных и материальных потребностей. Качество жизни говорит о комфорте в удовлетворении потребностей человека. И, наконец, стиль жизни складывается из особенностей поведения человека в повседневной жизни. Если говорить о значимости каждой из категорий в формировании здорового образа жизни, то необходимо отметить, что наиболее важным является стиль жизни человека, носящий в основном персонифицированный характер. Если же рассматривать образ жизни с точки зрения современной медицины, то его можно обозначить как уровень жизнедеятельности человека, складывающийся из индивидуальных возможностей организма, которые и обеспечивают уровень здоровья.

Однако образ жизни обозначает также выбор особого способа жизни, который делает сам человек, в условиях тех социальных и экономических возможностей, которые ему предоставляет общество, и биологических особенностей организма, предоставленных ему с рождения или приобретенных в течение жизни. Если же говорить непосредственно о понятии «здоровый образ жизни», то оно включает в себя выполнение человеком его профессиональных, общественных и семейных функций в условиях, оптимальных для здоровья, для укрепления здоровья как индивидуального, так и общественного.

Здоровый образ жизни – это целая система жизнедеятельности человека, которая направлена на поднятие и сохранение здоровья при помощи правильного питания, физических упражнений, морального состояния и отказа от пагубных привычек.

Если же рассматривать данное понятие в изложении Всемирной Организации Здравоохранения, то его можно определить как посильное осуществление своего жизненного образа для достижения не только отсутствия болезней, но физической и психической стабильности.

Здоровый образ жизни охватывает такие важные понятия, как хорошее окружение в обществе, положительное нравственное и духовное состояние, оптимальный двигательный режим, закаливание, правильное питание, личную гигиену и отказ от вредных привычек. Все эти понятия говорят о том, что здоровый образ жизни является важной частью культуры личности, отражающей его системное и динамическое состояние, которое обусловлено определенным уровнем специализированных знаний, физической культуры, духовных ценностей и ориентировок, которые были приобретены в процессах воспитания и самовоспитания, и мотивационно-ценностной ориентации. Являясь одной из важных ценностей человека, здоровый образ жизни создает потенциал жизнедеятельности, обеспечивает наличие условий для правильного развития и роста личности, способствует поддержанию социальной активности на достаточно высоком уровне.

При формировании модели поведения здорового образа жизни необходимо принимать во внимание следующие компоненты: валеологическую образованность, сознательность и валеологическое поведение [15].

Прежде всего, следует сказать, что валеология как учебная дисциплина представляет из себя комплекс знаний о здоровом образе жизни и здоровье в целом. Предметом данной дисциплины, как становится ясно из определения, является здоровый образ жизни человека и резервы человеческого здоровья. Это и отличает валеологию от других медицинских наук профилактической направленности, которые чаще всего разрабатывают обычные рекомендации по данному вопросу [12].

Если же говорить более подробно о компонентах данной дисциплины, то следует начать с валеологической образованности. Она представляет из

себя обеспечение необходимой информационной среды, которая будет «снабжать» человека возможностями познания своей физической, социальной, психологической и нравственной уникальности. Также данное понятие позволяет человеку искать способы решения проблем, связанных с пониманием сути здорового образа жизни.

Валеологическая сознательность базируется на отношении человека к здоровому образу жизни и претворяется в его чувствах и представлениях, которые фиксируются в убеждения. Главной целью этих убеждений становится представление идеала здоровья, к которому необходимо стремиться. Важнейшим компонентом валеологической сознательности являются чувства, в которых проявляется отношение к здоровому образу жизни и здоровью. В общих чертах чувства дают толчок к познавательному процессу человека, подготавливают его к необходимой деятельности. Именно чувства формируют оценку действия и позиции, которые занимает человек в отношении здорового образа жизни.

Валеологическое поведение основывается на поступках, совершаемых человеком. Именно через поступки и действия человек раскрывает свое отношение к здоровому образу жизни. Систематически выполняя определенные упражнения и прикладывая необходимые усилия, человек вырабатывает привычку, которая, по мнению психологов, в необходимых условиях может стать настоящей потребностью [12].

Формирование данной модели поведения имеет очень сложную структуру. Прежде всего, это желание получить необходимую физическую форму, обеспечить себя правильным и здоровым питанием, исключить из своей жизни любые привычки, которые будут оказывать негативное влияние, соблюдать правила личной гигиены и режимы сна и отдыха. Если мы говорим о здоровом образе жизни как о модели поведения, то нужно понимать, что достижение желаемого образца поведения – процесс многоступенчатый и очень сложный. Необходимо прикладывать огромнейшие усилия, тратить на это очень много времени и сил. Здоровый

образ жизни сейчас – это не только показатель развития человека как личности, но и очень важный критерий качества системы образования, от которого в будущем могут зависеть перспективы развития общества и всего государства в целом. В наше время здоровый образ жизни является очень важной для человека и общества в целом социальной моделью поведения. Недаром в соответствии с законом Российской Федерации «Об образовании» улучшение здоровья людей было отнесено к важным и приоритетным направлениям политики государства в области образования. Правительства большинства стран тратят огромнейшие деньги на поддержание и пропаганду спорта, пытаются формировать у подрастающих поколений с малых лет желание заниматься спортом и вести здоровый образ жизни [15].

1.2 Пропаганда спорта и здорового образа жизни

Еще в древности существовала такая фраза: «В здоровом теле – здоровый дух». В Древней Греции, которая подарила нам Олимпийские Игры, всегда существовала гармония, сочетавшая в себе культурные ценности и красоту тела. Также важно отметить, что Олимпиада в Древней Греции была не только местом соревнования атлетов: туда съезжались разные поэты, музыканты и художники, которые тоже соревновались между собой. В наши дни Олимпийские игры являются крупнейшим спортивным событием мира, которое привлекает внимание огромного количества людей, продвигает идею занятия спортом и пропагандирует здоровый образ жизни. Олимпийские игры – это всегда многомиллиардная аудитория по всему миру, наблюдающая за баталиями на спортивной арене.

В нашей стране пропаганда спорта только сейчас набирает свои обороты. За последние годы количество людей, занимающихся спортом, выросло в разы. Люди все чаще заставляют себя отказываться от вредных привычек, ходить в спортзал. По данным Правительства Российской Федерации, за последние два года число россиян, которые регулярно занимаются спортом, выросло на 40%, а употребление алкоголя на душу населения упало на треть. Возможно, это не самые большие цифры. Но

прогресс в правильном направлении уже есть. Для улучшения ситуации со спортом в стране Правительство Российской Федерации в 2009 году утвердило «Стратегию развития физической культуры и спорта на период до 2020 года». Следуя данной стратегии, ставилась задача об увеличении числа людей, вовлеченных в занятия спортом как среди молодежи, так и среди взрослых людей. Для того чтобы осуществить поставленные задачи, предлагалось улучшать спортивную инфраструктуру, строить новые стадионы, спортивные площадки и школы. Важная роль по вовлечению молодых людей в занятия спортом отводилась школам и университетам. Но, пожалуй, основным элементом по развитию спорта в стране должно отводиться проведению различных спортивных форумов и мероприятий

мирового масштаба. Россия в последние годы все чаще становится площадкой для проведения мероприятий такого плана. Если в начале и середине 2000-х наша страна казалась всем каким-то диковинным местом, неспособным принимать спортивные соревнования, то сейчас международные спортивные федерации доверяют Российской Федерации проведение самых важных мероприятий в мире спорта. Большая заслуга в этом правительства нашей страны, которое уделяет данному вопросу большое внимание и вкладывает в пропаганду спорта огромные средства. Отличным примером важности вопроса спорта является форум «Россия – спортивная держава», который был в 2009 году создан по предложению Дмитрия Анатольевича Медведева. Форум стал площадкой для собрания огромного количества тренеров, спортсменов, представителей спортивных федераций и других людей, занятых в спорте, для обсуждения всех самых важных вопросов из данной области. Немало внимания уделялось проблеме развития массового спорта и пропаганде здорового образа жизни среди населения страны. Спустя год, в 2010, форум стал проводиться под знаком «международный». В рамках форума начались проводиться различные состязания российского, европейского и мирового уровней в более чем 50-ти видах спорта. Но самое главное – ежегодно во время проведения данного

спортивного мероприятия проходят массовые соревнования среди любителей, прививающие людям любовь к спорту. Форум «Россия – спортивная держава» стал настоящим спортивным праздником, который каждый год привлекает сотни тысяч людей [11]. Одним из первых крупнейших международных спортивных мероприятий, прошедших в нашей стране, стала летняя Универсиада 2013 года, которая проводилась в Казани. Спустя год состоялась Зимняя Олимпиада в Сочи. Оба события получили мощнейшую огласку во всех СМИ, все соревнования транслировались по телевизору, каждый выпуск новостей на всех федеральных каналах постоянно начинался с подведения итогов соревновательного дня. И Универсиада, и Олимпийские Игры в особенности дали невероятно мощный толчок к развитию массового спорта и пропаганде здорового образа жизни среди населения. С каждым днём в стране вырастает количество новых спортивных школ, секций для молодежи, принимаются новые государственные программы по развитию спорта. Одной из таких программ стало возрождение ГТО. Ежегодно тысячи школьников, студентов и взрослых людей проверяют себя на прочность и сдают нормы ГТО. Важно отметить, что с каждым годом количество сдающих эти нормативы для получения значка возрастает в разы [6]. Также в ближайшем будущем в России планируется проведение огромного количества спортивных соревнований самого разного уровня. Одним из самых престижных станет Кубок конфедераций в 2017 году и Чемпионат мира по футболу в 2018 году. Важно отметить, что оба турнира пройдут не в одном городе, а сразу в нескольких: Кубок конфедераций в 4, а Чемпионат мира сразу в 11. Это уже говорит о небывалом интересе к спорту в различных регионах нашей страны. Не обойдут стороной эти соревнования и Краснодарский край: некоторые матчи обоих турниров состоятся на стадионе «Фишт» в Сочи.

Важную роль в пропаганде здорового образа жизни в нашей стране играет телевидение и реклама. С каждым годом на федеральных каналах растёт число различных передач, где рассказывается про полезность занятия

спортом и ведения здорового образа жизни. Все чаще главные каналы страны транслируют разного рода спортивные турниры – будь то Олимпиада, Чемпионат мира или же просто какой-то футбольный или хоккейный матч. Если говорить о роли рекламы, то в последнее время резко выросло число социальной рекламы, направленной на пропаганду спорта. Данная реклама всегда привлекает внимание своими заголовками. К примеру, «Спорт против наркотиков». В спортзалах школ и университетов в последнее время стало появляться большое количества баннеров, призывающих молодое поколение к занятию спортом. Главнейшей задачей для пропаганды спорта является создание необходимой информационной среды, с которой ежедневно бы сталкивались все граждане нашей страны.

Подводя итог, необходимо отметить, что при пропаганде спорта важным условием является освещение не только крупных международных турниров, но и районных соревнований. Также важно не просто агитировать заниматься спортом, но и проводить постоянные лекции о соблюдении режима, правильном питании. Обязательным условием является постоянное наблюдение за своим здоровьем, отдых и чтение соответствующей литературы [11].

2. Спортивная тематика в рекламном поле г. Краснодара.

Все мы знаем, что за последнее время рекламный бизнес набрал стремительные обороты в своем развитии. Причем это развитие происходит в совершенно разных сферах. Исключением не стала и область спорта. Важность использования рекламы в спорте в наши дни очевидна, так как она играет весомую роль в развитии данной сферы.

Сейчас мы можем наблюдать повышение интереса к спорту среди людей различных слоев населения. Спорт оказывает огромное влияние на формирование имиджа и стиля жизни человека. Важно отметить, что развитие спорта происходит не отдельно от других сфер социальной практики: разные спортивные здания и сооружения влияют на планировку городов, мощное развитие в наши дни получила индустрия товаров и услуг спортивной направленности, а спортивные мероприятия все чаще превращаются в настоящие шоу огромных масштабов.

Если же мы говорим о г. Краснодаре, то и здесь спортивная реклама набирает обороты в своем развитии. Все мы сами невольно стали свидетелями это развития: если еще в начале 2000-ых годов в Краснодаре едва можно было заметить какую-нибудь рекламу со спортивным уклоном, то сейчас улицы города просто кишат такой рекламой. Идя по улице или же проезжая по городу на транспорте, мы все чаще можем наблюдать различные стенды и плакаты, призывающие нас сходить в спортзал или посетить тот или иной матч. Выделяют несколько причин резкого роста количества спортивной рекламы в г. Краснодаре:

- 1) Как уже говорилось, в последнее время мы наблюдаем рост интереса людей к спорту.

- 2) На территории края и непосредственно г. Краснодара все чаще появляются новые арены и стадионы, пригодные для проведения соревнований совершенно разных уровней. Отличным примером служит весь Олимпийский парк в г. Сочи и красивейший стадион «Краснодар» в столице нашего края.

3) Гораздо более частое проведение различных спортивных соревнований на территории края и Краснодара. К примеру, за последние пол года сборная России по футболу провела 3 матча на территории нашего края со сборными других стран. Ни один регион нашей страны (даже Москва) не может похвастаться такой статистикой. Исключением не стали гандбол и баскетбол: все чаще лучшие игроки и команды России и зарубежья проводят матчи в Краснодаре.

4) Отдельным пунктом стоит выделить проведение в Сочи Зимних Олимпийских игр 2014 года, которые стали огромнейшим подспорьем в развитии спорта в нашем регионе.

5) В последнее время в нашей стране очень часто принимались различные государственные программы, направленные на развитие спорта и борьбу с разными социальными пороками, оказывающими негативное влияние на человека. Вследствие этого на улицах города часто появлялась социальная реклама, суть которой сводилась к: «Спорт против наркотиков», «Спорт против курения» и тд.

Важно отметить, что для рекламы спорта в г. Краснодаре используются разные средства распространения: различные стенды, плакаты и билборды, интернет-реклама, реклама в газетах и журналах, на улицах нередко раздают флаеры, призывающие нас посетить те или иные фитнес клубы. Также проводятся различные спортивные мероприятия и фестивали, пропагандирующие и продвигающие идею здорового образа жизни.

Спортивная сфера – очень важная и перспективная область в рекламном бизнесе. Спортивный сегмент рекламы сейчас развивается очень стремительно. Инициаторы данной рекламы вкладывают в нее большие деньги, вследствие чего практически каждое спортивное событие, происходящее на территории края или г. Краснодар, не остается незамеченным и «непрорекламированным».

2.1 Инициаторы рекламы спорта

К субъектам любой рекламы, в том числе и спортивной, относятся инициаторы рекламы – то есть лица или организации, заказывающие рекламу того или иного товара или услуги. Говоря о спортивной тематике в рекламе в Краснодаре, необходимо отметить, что инициаторами такой рекламы могут выступать совершенно разные учреждения: начиная от государства и заканчивая различными фитнес-клубами. Так кто же конкретно относится к числу инициаторов спортивной рекламы в Краснодаре?

Конечно, первоначально реклама спорта очень важна государству, которое с помощью нее очень ярко и наглядно показывает и объясняет населению страны все принимаемые спортивные программы. Благодаря своим функциям и полномочиям государство оказывает влияние на аудиторию, то есть граждан страны, убеждая их вести здоровый образ жизни, следить за своим здоровьем, отказываться от наркотиков, алкоголя и курения. Безусловно, объем спортивной рекламы, заказываемой государством, за последние годы очень сильно увеличился. Это связано с тем, что в последнее время на государственном уровне принимается большое количество программ, направленных на развитие спорта в стране. Как мы видим, государство играет очень весомую роль в рекламе спорта на территории не только нашего края и города, но и на территории всей страны. Помимо социальной рекламы государство может быть инициатором рекламы различных стратегически важных для страны спортивных мероприятий, которые направлены на укрепление авторитета государства на международной арене. Так, государство в лице Министерства обороны Российской Федерации являлось одним из заказчиков рекламы Зимних всемирных военных игр в Сочи, состоявшихся в феврале 2017 года [Приложение 1].

Следующие рекламодатели – это международные спортивные федерации и союзы, под эгидой которых проводятся те или иные соревнования. Так, к примеру, одним из инициаторов рекламы

баскетбольных матчей в Краснодаре является УЛЕБ (Европейская баскетбольная ассоциация) [Приложение 2]. Также при анализе инициаторов рекламы в Краснодаре среди международных федераций были замечены следующие организации: Международный совет военного спорта, ответственный за проведение Зимних военных всемирных игр в Сочи прошедшей зимой [Приложение 1], Кубок европейской федерации гандбола, под эгидой которого проводились гандбольные матчи на территории Краснодара. Безусловно, невозможно не отметить ФИФА и УЕФА, Международную федерацию футбола и Союз европейских футбольных ассоциаций соответственно, которые на протяжении уже десятков лет являются одними из инициаторов рекламы футбольных матчей [Приложение 3].

Еще одним частым инициатором рекламы спорта на территории Краснодарского края и города Краснодар является Министерство физической культуры и спорта Краснодарского края. Так, после проведения Летней Олимпиады в Бразилии в Краснодаре на ул. Красная появился огромный баннер, чествующий спортсменов - кубанцев, которые блистали на Олимпийских играх [Приложение 4].

К числу следующих инициаторов рекламы спорта относятся спортивные клубы и фитнес - центры, рекламирующие свои услуги. В последнее время на территории Краснодара с каждым годом растет число фитнес – центров, соответственно, увеличивается и количество рекламы заведений этого типа. К примеру, на одной из улиц Краснодара располагается реклама спортивного зала «X – fit». Инициатором этой рекламы как раз таки и является сам спортивный зал [Приложение 5].

Особняком в ряду инициаторов рекламы спорта стоят спортивные клубы, рекламирующие матчи собственных команд. Проходя или проезжая по городу, мы можем наблюдать огромное количество баннеров, рекламирующих матчи тех или иных команд. Естественно, одними из инициаторов данной рекламы являются сами клубы, чьи игроки и будут

соревноваться. В этом нет ничего удивительного: вкладывая деньги в рекламу своих же матчей, спортивные клубы надеются привлечь как можно больше зрителей и болельщиков к просмотру игры. Тем самым спортивные клубы пытаются получить как можно больше финансовых средств с матча и повысить авторитет своей команды среди зрителей. Также нередко возле различных стадионов Краснодара можно наблюдать баннеры, призывающие поддерживать ту или иную команду. На них часто изображают эмблему какого-либо клуба и надпись вроде «Вместе мы сильнее».

Ежедневно мы можем наблюдать на улицах Краснодара и в разных торговых центрах рекламу, инициаторами которой выступают магазины спортивной одежды и спортивных товаров. Так, к примеру, на территории торгово-развлекательного центра «СБС» мы можем наблюдать рекламу магазина фанатской одежды и атрибутики «Timesport.RU» [Приложение 6].

Практически на каждом рекламном носителе в Краснодаре приводится строка, в которой указаны все спонсоры, так или иначе имеющие отношение к проводимому матчу или игре и, соответственно, к рекламе данного спортивного события.. Важно отметить, что в ходе исследования было проанализировано большое количество этих рекламоносителей в г. Краснодаре. По итогам этого исследования принято решение разделить этих спонсоров на несколько групп и подробно описать каждую из них, чтобы иметь полную картину того, кто является инициатором спортивной рекламы в столице Краснодарского края.

Очень часто в строке спонсоров можно заметить Администрацию Краснодарского края. Практически все самые престижные футбольные и баскетбольные матчи спонсируются этим органом власти. Основной причиной этого является то, что развитие спорта и продвижение его в массы – одна из сфер интересов политики любой Администрации любого региона страны. Становясь спонсором таких мероприятий, Администрация Краснодарского края не просто создает видимость, а дает понять, что работа в данном направлении ведется серьезная.

Следующая группа – компании, занимающиеся добычей газа, нефти и цветных металлов. Здесь главными спонсорами выступают «Норникель», «Новатэк» и «Газпром». Как мы видим, спонсорами спортивных мероприятий являются и такие «гиганты» в своей сфере. Это очередной раз доказывает, что спорт в нашей стране и в нашем регионе в частности невероятно популярен и интересен огромному количеству людей.

Нередко на различных рекламных баннерах и плакатах в числе спонсоров мы можем видеть различные финансово-кредитные и строительно-инвестиционные компании и корпорации. Так, к числу спонсоров разных баскетбольных матчей относятся банки «Промсвязьбанк» и «Абсолют Банк», а также строительно-инвестиционная корпорация «Девелопмент – Юг».

Невероятно важной группой спонсоров выступают различные компании – перевозчики, которые зачастую становятся спонсорами не только рекламы спорта, но и разных крупнейших спортивных соревнований современности, будь это Олимпийские Игры или Чемпионаты мира. Так, на рекламных баннерах Краснодара в строке спонсоров очень часто можно увидеть авиакомпанию «Аэрофлот – российские авиалинии». С пометкой «генеральный спонсор» в этой строке на рекламных носителях баскетбольных матчей можно наблюдать «Российские железные дороги». Заинтересованность таких огромных корпораций в рекламе спорта только подтверждает мысль, что данная сфера рекламной деятельности очень актуальна и важна всему современному рекламному бизнесу в целом.

Очень часто в списке спонсоров оказываются различные компании, производящие пищевую продукцию. Среди них можно наблюдать как гигантов мирового рынка типа «Coca Cola», так и менее известные «Ряба», «Слобода» и «Фрутоняня». Также компании, производящие пиво, довольно-таки часто становятся спонсорами футбольных матчей.

К числу наиболее частых спонсоров рекламы спорта в Краснодаре относятся и такие известнейшие компании, как «Мегафон», «Adidas», сеть кинотеатров «Монитор», а также радио «Europe Plus».

Подводя итог, необходимо отметить в очередной раз, что спортивная реклама – невероятно быстро развивающаяся и перспективная сфера рекламного бизнеса. Это достаточно просто проследить по тому большому количеству спонсоров, которые вкладывают деньги в проведение различных спортивных мероприятий и рекламу этих событий. Спонсорами, как мы видим, зачастую являются очень крупные компании и корпорации, известные не только в нашей стране, но и по всему миру.

2.2 Особенности и виды рекламы спорта в Краснодаре

В наше время, как мы знаем, реклама является одним из самых главных компонентов в развитии рыночной экономики. Следовательно, с каждым годом все актуальнее становится вопрос использования рекламных технологий в коммерческой деятельности. Ни одна современная компания не может вести успешную деятельность без использования рекламы. Инициаторы рекламы с помощью каких-либо рекламных средств пытаются побудить аудиторию совершить то или иное действие, спрогнозированное заранее. Если же говорить о видах рекламы, то здесь все не так однозначно. Существует большое количество признаков, по которым рекламу классифицируют на те или иные категории. Наиболее очевидным является следующий признак: по каналам распространения. Согласно ему, выделяют следующие виды рекламы: реклама в газетах и журналах, наружная реклама, радиореклама и реклама по телевизору, кинореклама, реклама в Интернете, ярмарки и выставки. Именно деление по этому признаку и будет использовано в данной работе при дальнейшем анализе.

Если же мы говорим о рекламе спорта в Краснодаре, то здесь гораздо чаще для рекламирования какого-либо спортивного события используется наружная реклама. Большое значение также имеет реклама в Интернете – в наше время это невероятно удобно и выгодно. Нечасто для рекламы спорта

используются газеты и журналы. Довольно-таки редко можно встретить рекламу тех или иных спортивных событий, проводимых в Краснодаре, по телевизору – так рекламируют в основном самые масштабные мероприятия, имеющие большое значение для развития спорта во всей стране в целом. Теперь следует проанализировать виды рекламы спорта в Краснодаре на конкретных примерах для того, чтобы понять, какие из них являются наиболее популярными и выгодными.

Итак, вначале стоит поговорить о самой распространенной рекламе спорта в Краснодаре – наружной. Ежедневно сотни тысяч людей сталкиваются с данным типом рекламы на улицах города. Как известно, наружная реклама является одной из самых старых форм рекламы. Она позволяет привлечь внимание людей на улицах или же во время поездок. Следовательно, она рассчитана на очень большую аудиторию. Но необходимо признать, что возможности наружной рекламы весьма ограничены: причина в том, эта реклама должна практически мгновенно восприниматься спешащими по своим делам людьми. На рекламных носителях такого типа должно находиться минимум информации, она должна усваиваться в течение нескольких секунд. К рекламе данного типа относят рекламу на улице, на транспорте и световую рекламу [2].

В Краснодаре наружная реклама спорта представлена следующими средствами:

1. Одним из самых распространенных средств рекламы спорта являются билборды. Они представляют собой односторонний или двусторонний щит, оснащенный, как правило, внешней подсветкой [Приложение 7].

2. Довольно-таки часто на улицах города, особенно вблизи остановок, можно встретить сити-формат – то есть, постер, помещенный в наземную застекленную конструкцию [Приложение 8].

3. Весьма удобным способом распространения рекламы различных спортивных мероприятий служат стоп-афиши, которые зачастую вмещают в себя несколько объявлений о разных услугах [Приложение 9].

4. Реже встречаются брендмауэры – огромные изображения, расположенные на стене какого-либо здания [Приложение 4].

5. Невероятно практичным и удобным средством распространения любой рекламы является призматрон, представляющий собой щит, который совмещает в одной плоскости три сменяющихся через определенно время изображения [Приложение 10].

6. И, наконец, еще одним средством распространения рекламы спорта в Краснодаре является динамический дисплей – конструкция с подсветкой, на которой рекламные постеры попеременно сменяют друг друга [Приложение 11].

Наружная реклама в наше время является невероятно важным средством продвижения того или иного товара или услуги. Главнейшим ее плюсом можно считать огромную аудиторию, которую она охватывает. Возможно, именно поэтому в рекламе спортивных мероприятий наружная реклама играет важнейшую роль, так как охватывает десятки тысяч людей разных возрастов и социальных групп.

Следующим невероятно важным средством рекламирования является Интернет. Он, постепенно вытесняя или же дополняя привычные нам средства массовой информации, становится новым эффективным и дешевым каналом для распространения рекламы [10]. Если же мы говорим о рекламе спорта, то необходимо отметить, что наиболее эффективными и доступными площадками для распространения спортивной рекламы являются социальные сети. Среди них выделяются такие, как «Вконтакте» и «Instagram». Это можно объяснить тем, что два этих сайта сейчас бьют рекорды по количеству

зарегистрированных пользователей – то есть, это говорит о миллионах потенциальных потребителей, которые могут увидеть рекламу. Безусловно, сама эта реклама прежде всего распространяется по географическому признаку – то есть, с большой долей вероятности можно судить, что рекламу матча, проводимого в Краснодаре, будут видеть только жители Краснодара и края. В качестве примера хочется привести рекламу баскетбольного матча в «Instagram», который проходил в Краснодаре. [Приложение 12]. В социальной сети «ВКонтакте» рекламу, к примеру, тех или иных футбольных матчей можно заметить непосредственно в официальных аккаунтах клубов, которые будут играть [Приложение 13]. Таким образом, социальные сети и Интернет в целом являются одними из самых выгодных каналов распространения рекламы в наше время. Это объясняется тем, что эти площадки сейчас используются практически каждым человеком, да и размещение рекламы во всемирной паутине относительно дешево.

Если же говорить про другие виды рекламы спорта в Краснодаре, то необходимо отметить, что иногда в местных газетах и журналах можно встретить небольшие рекламные объявления тех или иных спортивных событий, но явление это достаточно редкое. Гораздо чаще можно слышать рекламные объявления каких-либо футбольных или баскетбольных матчей по радио. В первую очередь, это объясняется тем, что зачастую радиостанции являются спонсорами этих игр. Соответственно, выполняя свои спонсорские обязательства, они вынуждены выпускать в эфир короткие объявления, сообщающие о проведении того или иного матча. Так, к примеру, в эфире радиостанции «Еurore Plus», которая являлась спонсором баскетбольного матча, звучала реклама этой самой игры.

Подводя итог, можно сделать вывод, что в рекламном поле Краснодара наблюдаются совершенно разные виды рекламы спорта. Начиная от вездесущей наружной рекламы и заканчивая коротенькими объявления в местных газетах. Столь «разножанровые» каналы распространения рекламы

в очередной раз подтверждают мысль, что спортивная тематика в рекламном бизнесе – явление невероятно популярное и важное.

В ходе исследования спортивной рекламы была выявлена следующая особенность: все больше и больше рекламных объявлений создаются с творческим подходом. В последнее время, как мы знаем, рекламный бизнес набирает обороты в своем развитии, появляется огромное количество рекламы, которая зачастую похожа на сотни других рекламных объявлений. Обычно такая реклама просто сообщает дату, время и место проведения матча. Сейчас же все больше объявлений создаются с уходом от этой «типичности», креативно оформляются. В качестве примеров хотелось бы привести несколько объявлений: одно рекламирует футбольный матч, другое – гандбольный [Приложение 14], [Приложение 15]. Такая реклама, безусловно, обладает большей эффективностью: она сильнее привлекает внимание и, соответственно, большее количество людей ее замечает, а значит, возрастает шанс того, что с ее помощью тот или иной матч посетит большее количество зрителей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках данной курсовой работы была исследована спортивная тематика в рекламном поле Краснодара: ее виды, особенности и основные инициаторы.

Первостепенной задачей при написании курсовой работы была характеристика рекламы как социального феномена. Также, что немало важно, было дано определение рекламы.

Далее мы рассмотрели пропаганду спорта в Российской Федерации и формирование модели поведения здорового образа жизни в контексте того, как эти компоненты влияют на спортивную тематику в рекламном поле не только Краснодара, но и всей страны в целом.

Следующим этапом работы стало описание инициаторов рекламы спорта в Краснодаре, была дана их краткая характеристика. Также для удобства спонсоры спортивной рекламы были разделены по группам.

Перечислите группы!

Помимо прочего мы рассмотрели наиболее популярные каналы распространения спортивной рекламы в городе Краснодар: наружная реклама, реклама в Интернете, на радио, в газетах и журналах; кратко их охарактеризовали.

И, наконец, в ходе исследования рекламы спорта в Краснодаре мы выявили особенности спортивной тематики в рекламном бизнесе. **В чем особенности? Какие особенности? Перечислите.**

Таким образом, подводя итог, отметим, что в рамках данной курсовой работы была исследована спортивная тематика в рекламном поле Краснодара.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон от 13.03.2006 № 88-ФЗ (ред. от 5.12.2016) «О рекламе» // «Собрание законодательства РФ», 2011, №23, ст.3255.
2. Герасимов Б.И., Молоткова Н.В., Блюм М.А. Виды и средства распространения рекламы. — М. : ФОРУМ, 2009. — 128 с. — (Профессиональное образование).
3. Ларина А.В. Реклама как социально-культурный феномен. Гуманитарные научные исследование, 2015. №7.
4. Макарова Л. П., Матусевич М. С., Шатровой О. В. Формирование мотивации здорового образа жизни как критерий качества образования. Молодой ученый. — 2014. — №4.
5. Мезенцев Е.А. Реклама в коммуникационном процессе: Учебное пособие / Омск: Изд-во ОмГТУ, 2007. – 64 с.
6. Михайлов С.А., Мостов А.Г. Спортивная журналистика. Учебное пособие. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А. —2005. — 224 с.
7. Нечай Ю.П., Хлопунова О.В. Реклама как социальный феномен: учеб. пособие. — Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2016 — 148 с. 500 экз.
8. Панкратов Ф.Г., Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. Основы рекламы: Учебник. — 14-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. — 540 с.
9. Пименов П.А. Основы рекламы: Учебное пособие. — М. Гардирики, 2006. — 399 с.: ил.
10. Федотова. Л.Н. Реклама в коммуникационном процессе: Учебник. — М.: Издательский дом «Камерон», 2005. — 464 с.

11. Афанасьев Н.В. Пропаганда здорового образа жизни в РФ. [Электронный ресурс]. — URL: <http://nik-rf.livejournal.com/16684.html>. Дата обращения: 16.03.2017-г.
12. Петленко В.П. Валеология. [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.grandars.ru/college/medicina/valeologiya.html>. Дата обращения: 15.03.2017-г.
13. Реклама как социальный феномен. Специфика рекламного процесса в контексте современной культуры. Трансформация функция рекламы. Проблемы развития отечественного рынка рекламы [Электронный ресурс]. — URL: http://studopedia.su/10_110658_reklama-kak-sotsialniy-fenomen-spetsifika-reklamnogo-protssessa-v-kontekste-sovremennoy-kulturi-transformatsiya-funktsiy-reklami-problemi-razvitiya-otechestvennogo-rinka-reklami.html. Дата обращения: 7.03.2017-г.
14. Реклама как социальный феномен. Значение рекламы в современном обществе [Электронный ресурс]. — URL: http://studbooks.net/819423/marketing/reklama_sotsialnyy_fenomen. Дата обращения: 7.03.2017-г.
15. Здоровый образ жизни как модель поведения и как первичная профилактика социальных отклонений [Электронный ресурс]. — URL: http://studme.org/55173/bzhd/zdorovyy_obraz_zhizni_kak_model_povedeniya_kak_pervichnaya_profilaktika_sotsialnyh_otkloneniya. Дата обращения: 11.03.2017-г.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1



Приложение 2



Приложение 3



Приложение 4



Приложение 5



Приложение 6



Приложение 7



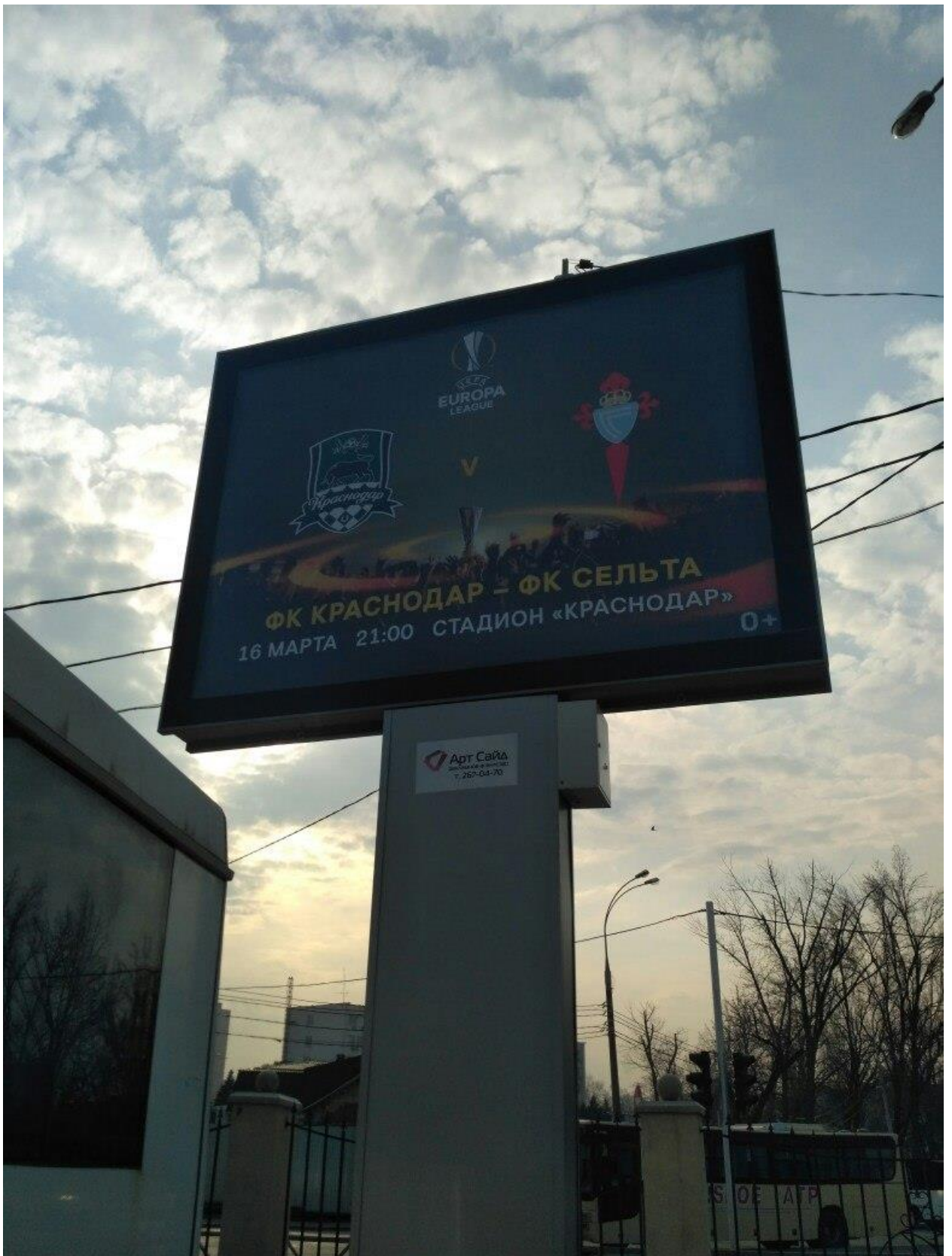
Приложение 8

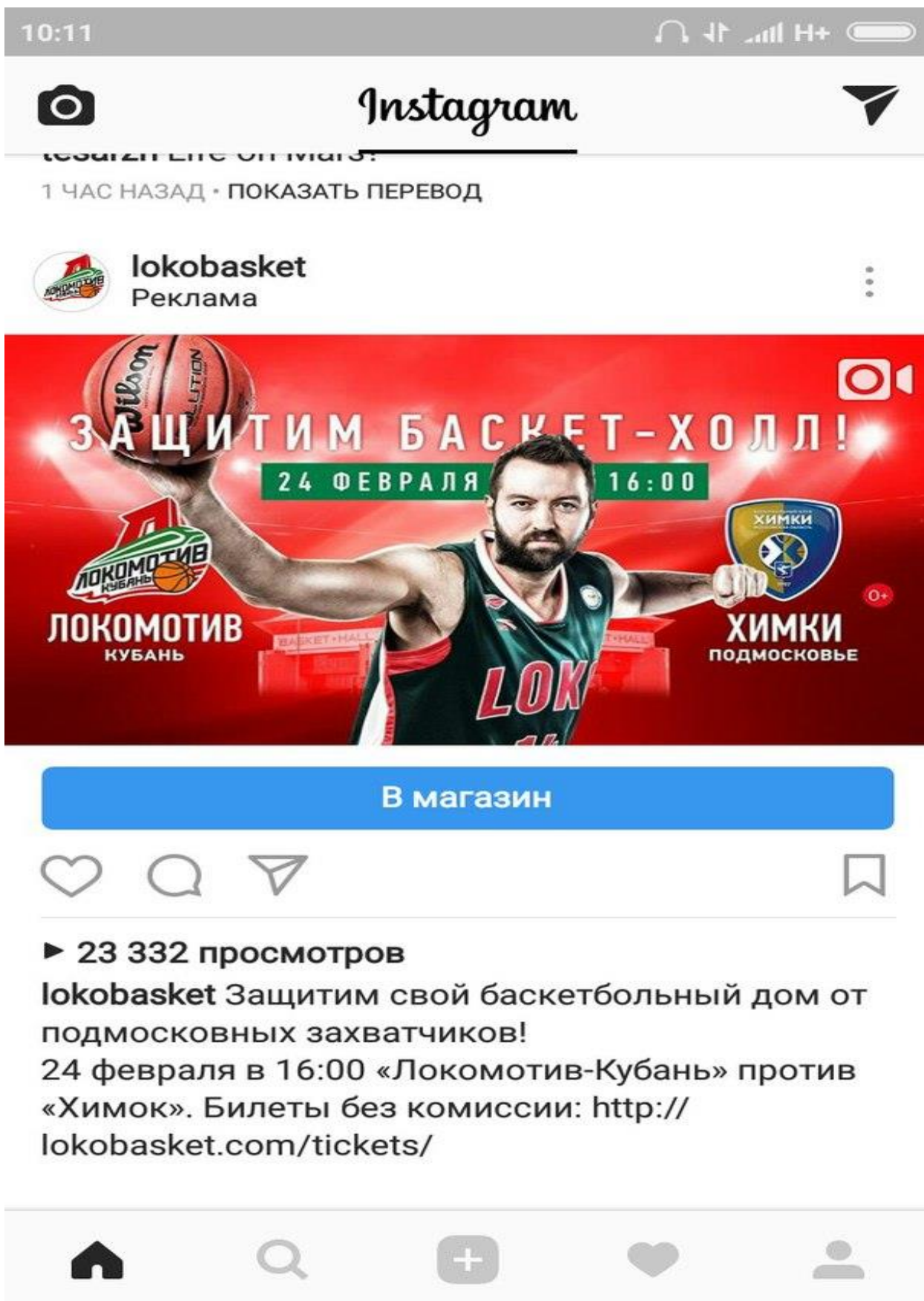


Приложение 9











ФК «Краснодар»

20 апр в 16:18

...

В воскресенье болельщиков черно-зеленых ждет большой футбольный день!

В 12:00 на стадионе Академии ФК «Краснодар» сыграют молодежки «горожан» и «Арсенала»! Вход свободный!

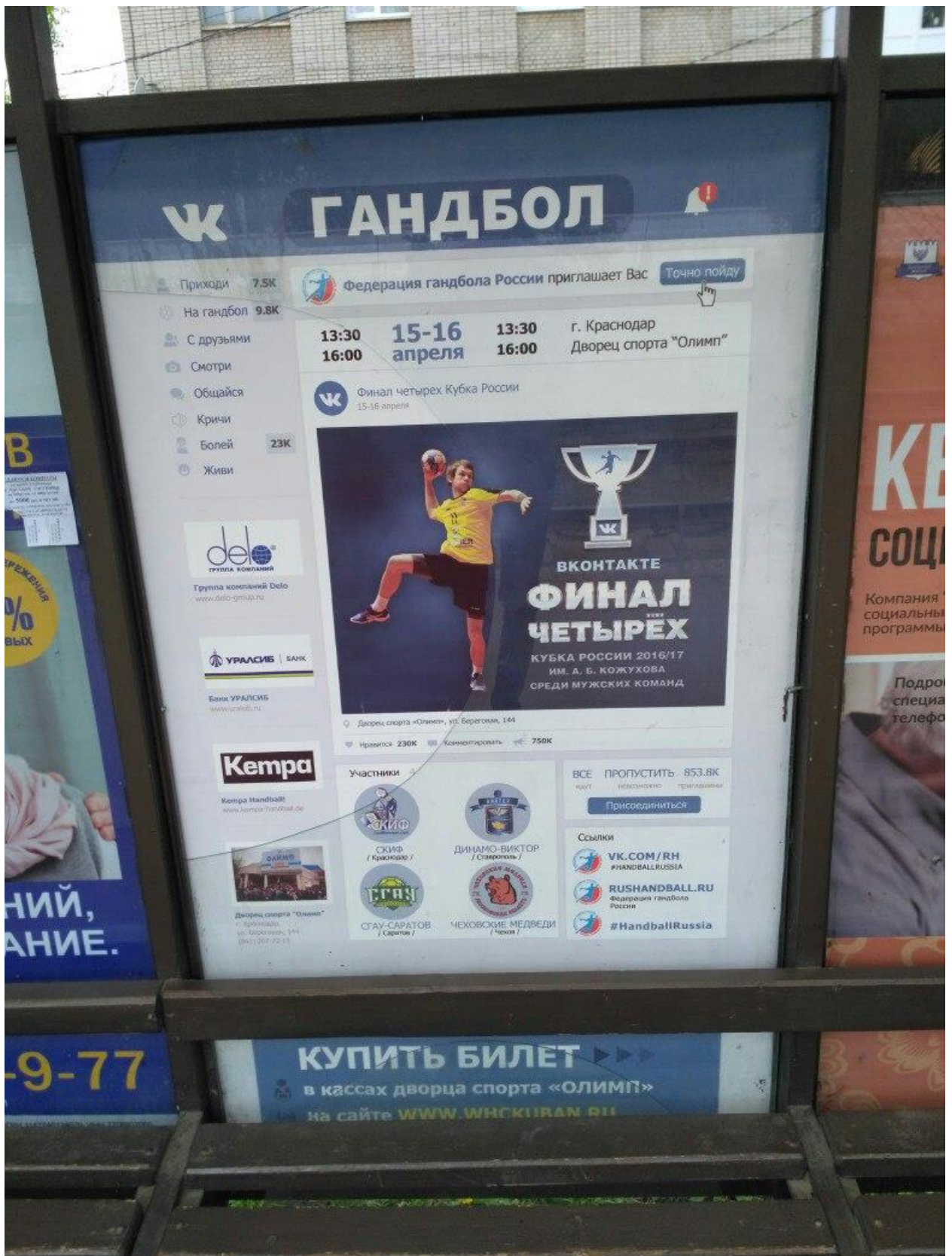
А уже в 17:00 состоится матч основных составов!

Покупай билеты онлайн на официальном сайте клуба и приходи поддержать черно-зеленых!

<https://tickets.fckrasnodar.ru/www/Stadium>

#ВпередБыки #КраснодарАрсенал #РФПЛ #ФККраснодар #FCKrasnodar





Приложение 15

СТАДИОН «КРАСНОДАР»

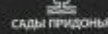


17:00
23.04



РОСГОССТРАХ Чемпионат России
по футболу, 24-й тур

РОСГОССТРАХ
НЕ ГРЕЙТЕ СЕРДЦА



0+

С
8