

## **МЕХАНІЗМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВПЛИВУ TV РЕКЛАМИ: ФАКТОРИ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТА РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ**

В наш час одним з найбільш ефективних способів просування товарів і послуг на ринку є телевізійна реклама. Остання охоплює величезну аудиторію, вимірювану мільйонами переглядів. Телевізійна реклама займає лідируючі позиції на ринку просування товарів і послуг.

Телевізійна реклама - це рекламні повідомлення, які включають в себе: зображення, звук, рух, колір і тому надають на рекламну аудиторію значно більший вплив, ніж оголошення в інших ЗМІ. Вона стає все більш цікавою, інформативною і разом з тим складною і дорогою у виробництві, особливо якщо ґрунтується на комп'ютерній графіці.

Реклама по телебаченню – наймасовіший, але й найдорожчий засіб рекламування, використовується для передачі рекламних повідомлень і демонстрації рекламних фільмів. Телебачення ідеально дозволяє зробити широку імідж-рекламу завдяки величезній кількості глядачів, а також стимулюючу рекламу практично будь-яких товарів і послуг шляхом безпосереднього показу товару чи переваги послуги.

Велику частку в будь-якій прогресивній компанії займає реклама та інноваційні способи промоції. І звинувачувати у всьому рекламистів, маркетологів та відсутність чітко визначеного законодавства напевне не варто. Так, однозначно фахівці мають відповідати за свої дії. Проте й перед нами, як звичайними споживачами, стоїть нелегке завдання – навчитися бодай трохи відрізняти корисну та ідейну інформацію від маніпулятивних способів впливу.

### **Список використаних джерел:**

1. Реклама та PR в бізнесі – Толкачев А.Н. – 522 с. - 2000
2. Про рекламу – Девід Огілві – 288 с. - 2019