

## Практическая работа 6.

### Карта оценки эффективности воздействия рекламных щитов и других видов наружной рекламы

**Краткая информация о предмете исследования.** *Рекламный щит имеет прямое и непосредственное воздействие на водителей и пассажиров транспортных средств. Помимо водителей в сферу охвата воздействия рекламных щитов также попадают и пешеходы, идущие по тротуарам. Их процент по отношению к водителям транспортных средств варьируется в зависимости от оживленности улицы и времени суток.*

*Не менее эффективными являются и другие виды наружной рекламы на перекрестках: перетяжки (транспарант-перетяжки), которые предоставляют возможность размещению рекламы с обеих сторон улицы),*

**брендмауэры** - *реклама на ровной стене здания, свободной от окон,*

**суперсайты** - *реклама на крупноформатных, отдельно стоящих конструкциях с внешним подсветом,*

**панель-кронштейны** - *конструкции, в которых рекламное поле крепится к опорам городского освещения) и другие.*

*Все они заметны, больших масштабов, яркие, запоминающиеся и видны с большого расстояния.*

- Цель работы:**
1. Определить наиболее выгодные участки территории вдоль дороги для размещения рекламы с точки зрения ее максимального воздействия на проезжающих, т.е. установить степень эффективности рекламы.
  2. Разработать содержание и составить картосхему оценки эффективности рекламных щитов на одном из перекрестков города по выбору.

- Источники:**
1. Атлас, карта или часть карты г. Москвы для создания географической основы.
  2. Статистические данные, полученные непосредственно путем городского обследования.

## Порядок выполнения задания

1. Для исследовательской работы выбрать «подопытную» территорию - площадь или один из оживленных перекрестков с интенсивным автомобильным движением.

2. Подготовить основу для составления, нанести схематично улицы, основные объекты и рекламные щиты, наблюдаемые от дороги, с указанием их вида, размера и ориентировки. Для этого изучить особенности размещения рекламных щитов в пределах заданного картографируемого района.

Все имеющиеся на перекрестке щиты разделить на виды и классы. Например, на три класса со следующим подразделением:

- двусторонние щиты высотой 2,5 метра;
- двусторонние щиты высотой 5 метров;
- треугольные щиты высотой 7 метров.

Студенты могут предложить иную классификацию. Разработать легенду карты.

3. Провести наблюдение и проанализировать работу городского транспорта в районе выбранного перекрестка (территории).

На карте отразить:

- типы рекламных щитов и установок
- рекламируемые виды продукции и услуг
- интенсивность движения автотранспорта
- экспертную оценку эффективности рекламы на щитах.

В качестве меры эффективности рекламы принять количество автомобилей, проезжающих в единицу времени, из окна которых виден рекламный щит.

4. Составить картосхему. В редакторе Adobe Illustrator (Corel Draw, др) нанести расположения рекламных щитов. Показать все различные типы щитов и других видов рекламных установок (включая рекламу на уличных часах и фонарных столбах) значками различной формы, размер значка - высота рекламной установки.

Виды рекламируемых товаров и услуг показать цветом: выделить продукты питания, табачные изделия, безалкогольные напитки и т.д. Интенсивность движения автотранспорта изобразить различной, в зависимости от количества прохождения личных автомобилей за день, толщиной линии.

Цикл работы перекрестка составляет 1,5 - 2 минуты, поэтому автомобильный поток может быть измерен за несколько циклов; цифры осреднить и привести к 1 часу. Раздельно учитывать

машины, движущиеся в потоке прямо, и поворачивающие (в поле зрения последних попадает больше щитов).

При составлении картосхемы можно способом ареалов отобразить территории с установленными (или возможными) щитами, на которых размещение рекламы имеет высокую, среднюю и низкую эффективность.

5. Проанализировать полученные результаты. Сделать выводы, какие из видов рекламных установок самые эффективные (треугольные щиты, двусторонние щиты, стоящие на улицах, и т.д.)