

Лабораторна робота 2

Створення банерної реклами для просування товару або послуги у соціальних мережах

Мета роботи: навчитися створювати банерну рекламу.

Короткі теоретичні відомості

Банер – це графічний, статичний або анімований рекламний блок, «клікаючи» по якому користувач потрапляє на сторінку рекламованого веб-сайту. Банер повинен відповідати іміджу компанії, а його візуальне оформлення повинно викликати у відвідувачів бажання докладніше ознайомитися з рекламованим продуктом.

У сучасній Інтернет-рекламі банери представлені у вигляді:

- 1) тексту (HTML-коду);
- 2) статичного зображення (у форматі GIF або JPG);
- 3) статичного зображення з елементами HTML-коду;
- 4) динамічного зображення (у форматі GIF або Flash);
- 5) динамічного зображення з інтерактивними елементами (у форматі Flash).

Формат JPG найкраще підходить у випадку, якщо картинка є фотографічним зображенням (він забезпечує передачу кольору у 16 млн. кольорів при збереженні невеликого розміру файлу). Але якщо зображення містить дрібні написи, то алгоритм стискання зробить їх розпливчастими та нечитабельними.

Формат GIF дозволяє створювати легкі файли, що містять зображення з 256 кольорами. Цей формат підтримує псевдоанімацію – покадрову зміну картинок у рамках одного банеру.

Flash використовує при побудові анімації векторні елементи, що дозволяє значно зменшити розмір файлу порівняно з покадровою растровою

анімацією формату GIF. Flash-банер може реагувати на рухи та натискання миші, відтворювати звук або відео, взаємодіяти з комп'ютером користувача.

Умовно банери можна розділити на **дві категорії**:

1. вписані у дизайн сайту;
2. існуючі окремо від дизайну сайту.

На сайті банери розміщуються:

- у шапці сайту (самий верхній елемент сайту);
- зліва або справа від текстової зони;
- всередині текстової зони;
- у нижній частині сайту (підвалі).

Від місця розміщення банеру на сайті залежить його помітність й відповідно ефективність. Для підвищення помітності банери, які розміщені у різних частинах сайту, інколи дублюються або об'єднуються сюжетом у один.

Основні формати банерів:

1. звичайні графічні банери різних розмірів;
2. HTML-банери з вбудованою графікою, HTML-формами, декількома посиланнями (з можливістю статистичного обліку кожного окремого посилання);
3. Pop-up, Pop-under – рекламні модулі, що впливають над або під сторінкою сайту (банер Pop-under відкривається у новому вікні під сторінкою сайту);
4. TopLine – банер нагорі сторінки, що займає усю ширину вікна або сайту незалежно від роздільної здатності екрану користувача та розміру вікна;
5. TopLine, що розкривається, – рекламний модуль, який демонструє спочатку великим, а потім (через деякий час) малий банер формату TopLine.

В процесі створення банера необхідно дотримуватися певних вимог:

- Банер повинен бути клікабельним.

- Банер повинен бути "пристосованим" до адаптивної верстки.
- Банер повинен бути естетичним і візуально привабливим.

Банер повинен виконувати основні завдання:

- Залучати увагу відвідувача.
- Зацікавити відвідувача.
- Підштовхнути до переходу на сайт.
- Спонукати до дії (купівля товару або послуги, звернення в компанію, і т.д.).

Приклади вдалої банерної реклами, рекомендації до створення банерів від сервісу Plerdy : <https://www.plerdy.com/ua/blog/vidy-reklamnyh-bannerov-i-kak-ih-sozdat>

Завдання роботи:

1. Зареєструйтесь на сайті Canva (<https://www.canva.com>).
2. У Canva оберіть розділ «Шаблони --> Маркетинг --> Банер для блогу».
3. Створіть банер для просування інформації про товар або послугу у блозі.
4. Створений банер збережіть у форматі .png та завантажте його та короткий опис ідеї банеру у поле для відповіді у Moodle для перевірки.