

Реклама

Цель урока – Актуализировать знания о рекламе ,видах рекламы , доказать ее необходимость в современной жизни.

Задачи урока:

- ***Образовательная*** – познакомить учащихся с понятиями «реклама», «рекламная стратегия». Рассмотреть виды рекламы и требования, предъявляемые к ней.
- ***Развивающая*** – уметь анализировать рекламу, выделять ее положительные и отрицательные стороны. Уметь применять полученные знания в процессе создания собственной рекламы.
- ***Воспитательная:*** формирование экономической культуры учащихся.

**Реклама – это
обращение к потребителю
с целью привлечения его
внимания к товарам или
услугам фирмы и
увеличению спроса на них.**



Функции рекламы

- Информировует о преимуществах товара
- Убеждает покупателя в выборе
- Создает имидж

Структура рекламной деятельности

- 1 Определение целей рекламы.
- 2 Разработка рекламного сообщения
- 3 Выбор каналов распространения информации
- 4 Формирование бюджета
- 5 Оценка эффективности рекламной компании

Цели рекламы

- *1Цели в области сбыта:*
- А) Убеждающая реклама, её задачи (на этапе роста)
- -Изменение отношения к товару Побуждение к приобретению товаров
- -Стимулирование товаров -
- -увеличение потребления товаров

2 Цели в области коммуникаций

- А) Информативная
 - (На этапе выведения товара на рынок)
 - задачи:
 - -Формирование имиджа
- Предоставление информации о товарах
- Б) Напоминающая
 - (на этапе зрелости)
 - Задачи:
 - Подтверждение имиджа товаров
 - Поддержание осведомленности покупателей

Механизм рекламного воздействия

- 1.Привлечения внимания
- 2Побуждекия интереса
- 3Возбуждение потребности
- 4Побуждение к действию

Классификация рекламы

- Как рекламировать?
- Кому адресована реклама?
- Что рекламировать?
- С какой целью рекламировать?

Рекламные стратегии

- Слоганы (рекламные лозунги).



Phillips - изменим жизнь к
лучшему»!

Rexona - никогда не подведет!
Макфа. Настоящие макароны!

Ваша киска купила бы
Вискас!

- Апелляция к разуму.

(реклама калгон)

- Апелляция к эмоциям:

- клятвенные заверения; (звезды кино, спорта)
- эффект стадности;
- популярность.

Правила рекламы



- правдивость («Пепси Лайт» - ноль калорий!»);
- корректность по отношению к другим фирмам, товарам;
- реклама должна вызывать интерес у потребителя, ощущение того, что он узнал что-то новое);
- высказываться кратко и просто.

Значение рекламы

- информирует о новинках, событиях, ценах;
- стимулирует конкуренцию;
- доходы от рекламы оплачивают показ телефильмов, спортивных мероприятий, также с печатными изданиями;
- стимулирует потребительский спрос, что важно для экономики страны в целом.

Способы распространения рекламы

- -Печатная реклама(по почте ,лично, информационные письма, листовки)
- -Реклама в прессе(газеты,журналы,книгах)
- Печатнаяреклама(плакаты,календари,каталоги,буклеты)
- -Экранная реклама(кино,телевидение)
- -Наружная реклама(эл.панно,большие плакаты)
- Реклама на транспорте
- -Сувениры

Практическое задание: характеристика рекламы

1 команда



2 команда



План анализа рекламы:

1. Объект рекламы (что рекламируется);
2. Цель рекламы;
3. Кому адресована реклама.

Практическое задание: характеристика рекламы

3 команда



4 команда



План анализа рекламы:

1. Объект рекламы (что рекламируется);
2. Цель рекламы;
3. Кому адресована реклама.

Иные рекламные методы

- Рекламный образ.



- Упаковка товара (информация, цвет, оформление).
- Розыгрыши призов.

Рекламная кампания фирмы «Пепси» на Филиппинах: «Тому, кто найдет под крышкой бутылки номер 349 будет выплачен 1 млн. песо (37 тысяч долларов)». Но по ошибке компьютера таких крышек оказалось пятьсот тысяч. В компании было решено выплатить каждому владельцу крышки с номером 349 по 500 песо (18,50 долларов).

Задание: Рассчитайте убыток фирма «Пепси» в результате своей рекламной кампании (в песо).

Плюсы и минусы рекламы

Положительные стороны рекламы

- Информирование о новых товарах и ценах на них;
- Стимулирование конкуренции;
- Рекламодатели оплачивают часть расходов TV при показе новых фильмов и спортивных передач;
- Во время телевизионной рекламы есть время отлучиться по делам.

Отрицательные стороны рекламы

- Иногда реклама нас обманывает (например, «Пепси Лайт» - ноль калорий);
- Из-за рекламы увеличивается стоимость товара.



Игра «Рекламная кампания»

Задание: В течение пяти минут каждая команда должна продумать рекламу МОУ «Средняя общеобразовательная школа № 2», а затем продемонстрировать её.

Можно использовать различные рекламные стратегии и виды рекламы (инсценировка, плакат, слоган)

Иные рекламные методы

Рекламный образ



Стиль рекламы – юмор с абсурдом



Выводы:

- Положительных сторон у рекламы больше, чем отрицательных.
- Так как реклама стимулирует конкуренцию, значит снижаются цены и улучшается качество, поэтому хорошо потребителям.
- Если больше продается товаров, продавцы получают больше прибыли, а государство – налогов.
- Реклама приносит пользу всем – покупателям, продавцам и государству.
- Раньше я рекламу не любила, а теперь отношусь к ней лучше, потому что понимаю ее необходимость.

Список использованных источников информации

- Заиченко Н.А. Экономика. Книга для учителя. – С.-П.: СММО Пресс, 2000.
- Основы предпринимательской деятельности. Под ред. В.М. Власовой – М.: Финансы и статистика, 1995.
- Прикладная экономика. Учебное пособие: Пер. с англ. /Межрегион. обществен. орг. “Достижения молодых - Junior Achievement Russia “- 3-е изд., перераб. и доп.- М.: Артель-сервис, 2003.
- Я познаю мир. Детская энциклопедия. Экономика. – М.: Олимп АСТ Издательство, 1996.
- «Telead.ru» - архив рекламных ТВ-роликов// URL: www.telead.ru/

Домашнее задание

- Привести по одному примеру для каждой рекламной стратегии.
- На «5» составить презентацию какой-либо рекламной стратегии или вида рекламы.

Рекламные стратегии

Апелляция к разуму



Апелляция к эмоциям: популярность

