

Влияние рекламы на выбор человеком продукции

Проблема

- *В данной работе обозначена **проблема** не только восприятия, но и влияния интенсивности рекламы на выбор той или иной продукции людьми разных возрастов.*

Цель

- *определение факторов влияния рекламы на выбор человеком продукции*

Гипотеза

- *За четыре года можно кардинально изменить мировоззрение человека, если средства массовой информации в своих действиях придерживаются единой политики, т.е. за такой короткий промежуток времени можно избавиться от вредных продуктов питания, напитков и т.д. По мере частоты показа рекламы человек начинает думать, что он всё более и более нуждается в данном товаре или продукции.*

Задачи

- *познакомиться с историей появления рекламы;*
- *проанализировать факторы влияния рекламы на выбор человеком продукции.*

Методы

- *Анализ литературы по теме;*
- *Сравнение;*
- *Опрос;*
- *Обобщение.*



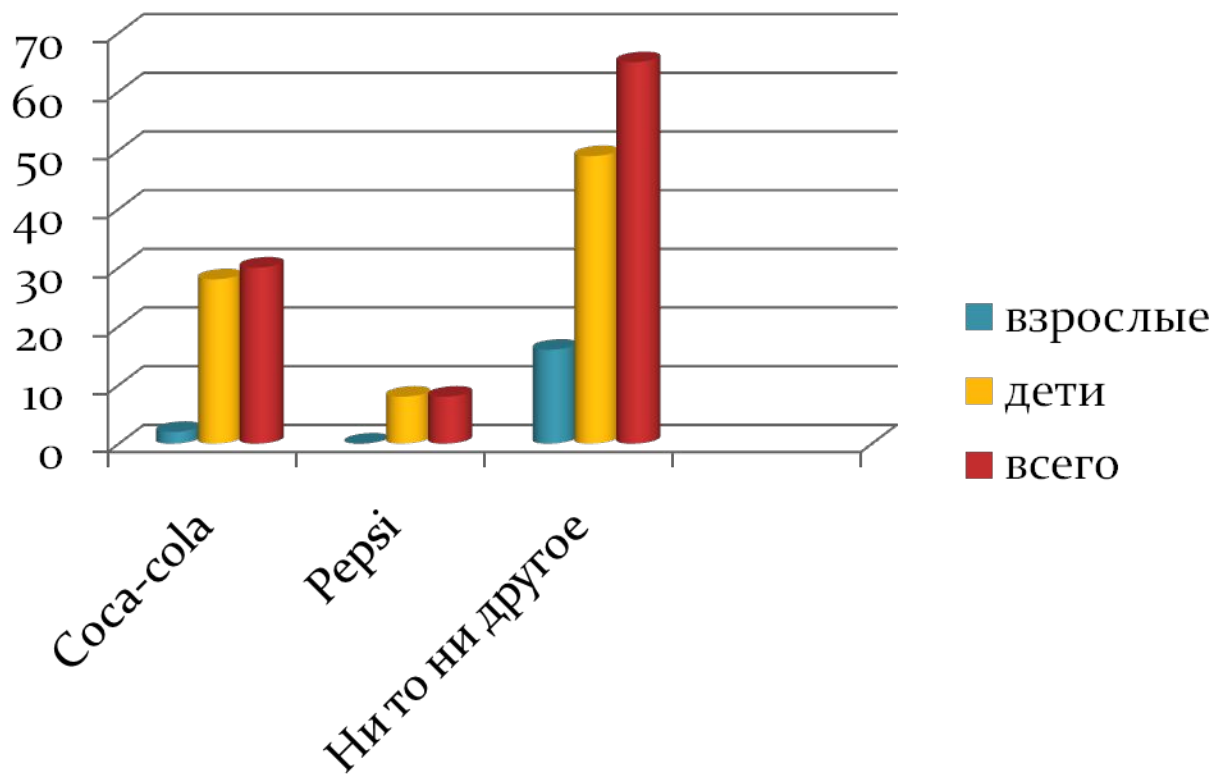


Практическая часть

Какой напиток вы предпочитаете?

Опрошен ные	Coca-cola	Pepsi	Ни то, ни другое
Взрослые	2	0	16
Дети	28	8	49
Всего	30	8	65

Результаты опроса



Заключение

При условии незначительного внимания на повторение рекламы оно может добиться положительного отношения к данной рекламе. Проблематичным повторение рекламы становится только тогда, когда потребители уделяют незначительное внимание данной рекламе или когда люди запоминают слишком мало информации о рекламируемом продукте, и когда возникает скука от данной рекламы. Я думаю, негативные эффекты повторения рекламы можно сократить следующим образом:

- 1) изменять сюжет рекламных роликов;*
- 2) сокращать вид рекламы, напоминая потребителям только главную суть рекламы;*
- 3) сократить вид рекламы;*
- 4) делать рекламу с более долгими перерывами.*

Я постаралась доказать каким образом и с помощью каких правил реклама влияет на сознание и выбор продукции современными людьми.

Усвоение рекламы человеком зависит от того, с какой периодичностью и интенсивностью он будет обращать внимание на эту рекламу.



Спасибо за
внимание