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.***

Есть перерыв
Есть Kit Kat
Nestle
KitKat
Ушел на обед

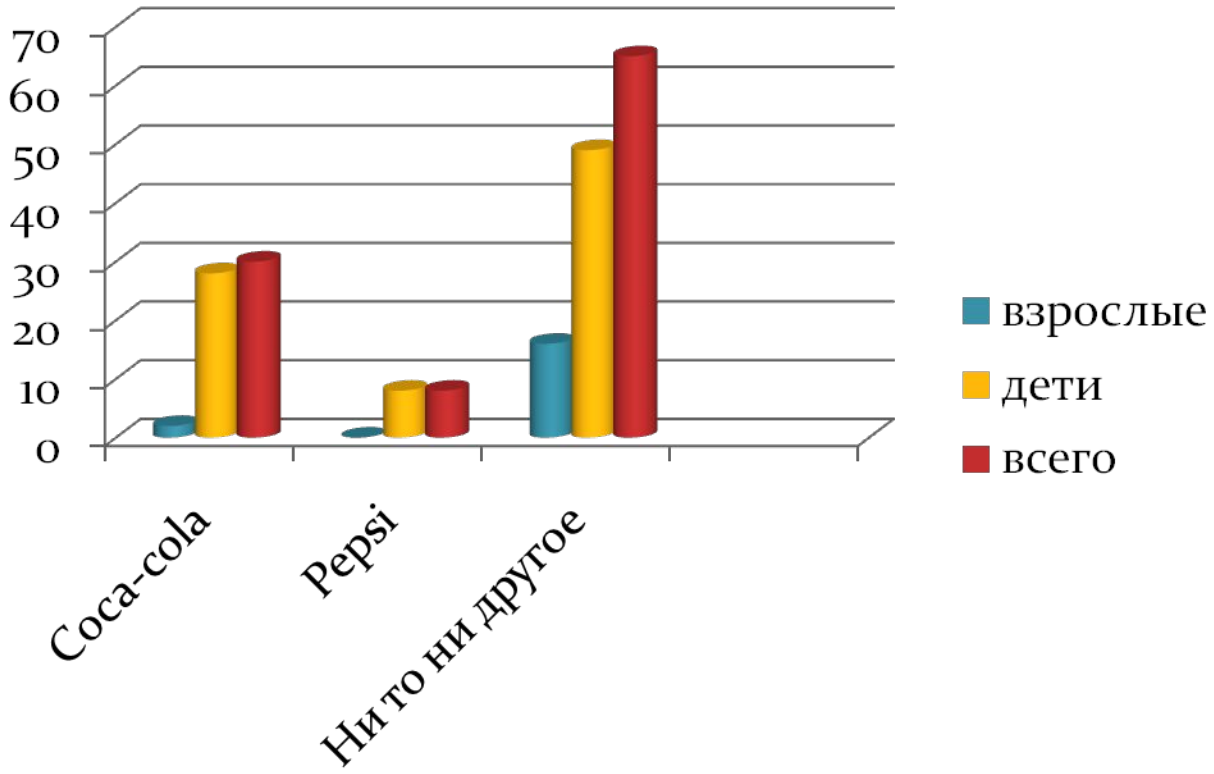
Coca-Cola
Coca-Cola light
Fanta
Sprite
Schweppes

Практическая часть

Какой напиток вы предпочитаете?

Опрошенные	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