

Реклама

**Разработан преподавателем рекламной деятельности в
туризме ГОУ СПО РО «Вешенский педагогический
колледж им.М.А.Шолохова»**

Казьминой О.В.

Цель урока - дать учащимся представление о рекламе, 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.



Классификация рекламы

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

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.

Рекламные стратегии

■ Слоганы (рекламные лозунги).

Phillips - изменим жизнь к лучшему»!

■ Апелляция к разуму.

Рехопа - никогда не подведет!

Макфа. Настоящие макароны!

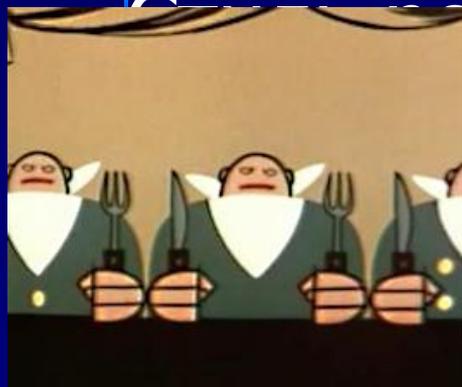
Ваша киска купила бы Вискас!

■ Апелляция к эмоциям:

- клятвенные заверения;
- эффект стадности;
- популярность.

Иные рекламные

методы Рекламы



- 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 вынлатить каждому владельцу крышки с номером 349 по 500 песо (18,50 долларов).

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

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.

Игра

«Рекламная кампания»

Задание: В течение пяти минут каждая команда должна продумать рекламу для вымышленной турфирмы, а затем продемонстрировать её.

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

Домашнее задание

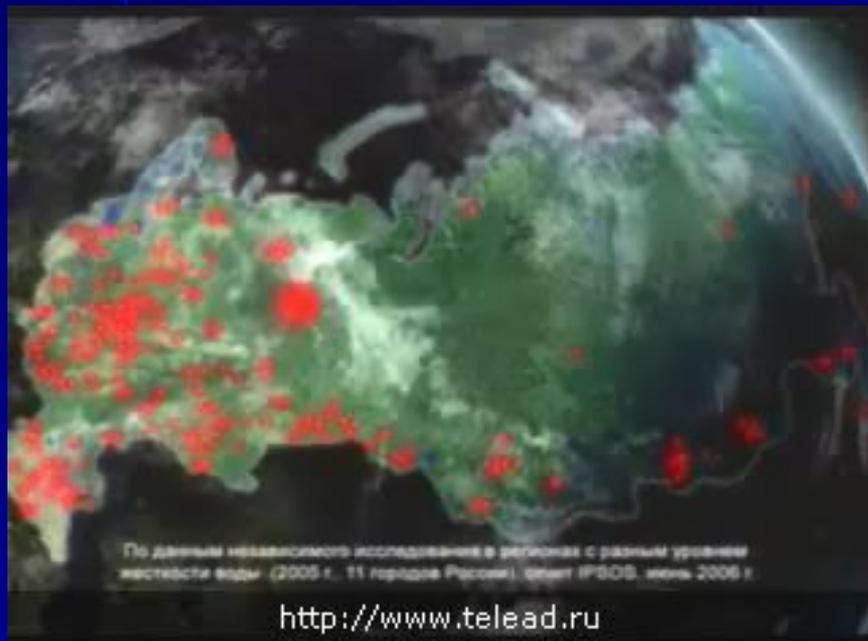
- Привести по одному примеру для каждой рекламной стратегии.
- Составить презентацию одного из изученных видов рекламы.

Список использованных источников информации

- Заиченко Н.А. Экономика. Книга для учителя. – С.-П.: СМАО 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.
- «Telead.ru» - архив рекламных ТВ-роликов// URL: www.telead.ru/

Рекламные стратегии

Апелляция к разуму



Апелляция к эмоциям: популярность



Иные рекламные методы

Рекламный образ



Стиль рекламы –
юмор с абсурдом

