

**Домашняя экономика
8класс**

**« Маркетинг в домашней
экономике. Реклама товара»**

Маркетинг –

деятельность, связанная с изучением спроса на товары и услуги и удовлетворением потребности в них (marketing в дословном переводе означает «рынок»)

Задачи маркетинга:

1. Выявление потребностей
2. Удовлетворение потребностей
3. Возобновление потребностей

Этапы совершения покупок:

1. Составить список необходимых продуктов
2. Составленный список привязать к соответствующему магазину
3. Сбор информации (качество товара, срок службы)
4. Момент совершения покупки
5. Оценка приобретенного товара

Потребительский портрет вещи:

1. Практичность
2. Удобство
3. Красота
4. Модность
5. Оригинальность
6. Общность
7. Ценность

Штриховой код



4601234 56789**3**

Пример вычисления контрольной цифры

1. Сложить цифры, стоящие на четных местах:

$$6+1+3+5+7+9=31$$

2. Полученную сумму умножить на 3:

$$31 \times 3 = 93$$

3. Сложить цифры, стоящие на нечетных местах, без контрольной цифры:

$$4+0+2+4+6+8=24$$

4. Сложить числа, указанные в пунктах 2 и 3:

$$93+24=117$$

5. Отбросить десятки: 7

6. Из 10 вычесть полученное в пункте 5:

$$10 - 7 = \mathbf{3}$$

Реклама –

это мероприятие или система мероприятий, направленных на привлечение внимания покупателя к фирме или реализуемому товару

РЕКЛ

МА

Массовая реклама -

это реклама, обращенная к большому числу потенциальных покупателей

Прямая реклама –

это реклама, обращенная к небольшому числу потенциальных покупателей или к конкретному покупателю

Средства массовой рекламы:

- телевидение, радио
- газеты, журналы
- ВЫСТАВКИ



Эскобар КЕРАМИЧЕСКАЯ
ПЛИТКА
КЕРАМОГРАНИТ
Из Италии и Испании

www.escobar.ru

в Москве 489-6110
☎ 105-5748

в Брянске 0832-57-85-15
☎ 0832-57-63-10

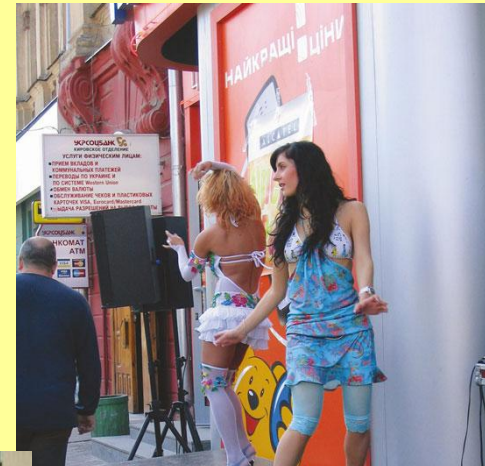
соем
Keraben **96**

ОПТОВЫЕ ПРОДАЖИ СО СКЛАДА



Средства прямой рекламы:

- оформление витрин
- реклама по телефону
- организация выставок
- рекламные щиты



Цель массовой рекламы:

- получение известности самой компании, поднятие ее престижа
- представление нового товара
- создание определенного имиджа компании и ее продукции

Цель прямой рекламы:

- должна убеждать и побуждать к действию

Основные требования к массовой рекламе:

- охват большой территории, стремление угодить покупателям всех регионов
- объективность и разность информации
- красочность и содержательность оформления
- привлечение людей разного возраста, привычек и вкусов, различного образа жизни
- наличие юридического адреса, контактного телефона

Основные требования к прямой рекламе:

- создатель прямой рекламы должен быть понятен и убедителен для покупателя с четко определенными вкусами
- образы, создаваемые прямой рекламой, речевые обороты и интонация, должны соответствовать принятым в выбранном для рекламы регионе
- красочность и содержательность оформления
- наличие юридического адреса, контактного телефона

Спасибо за внимание!