



# *Анализ рекламного материала*

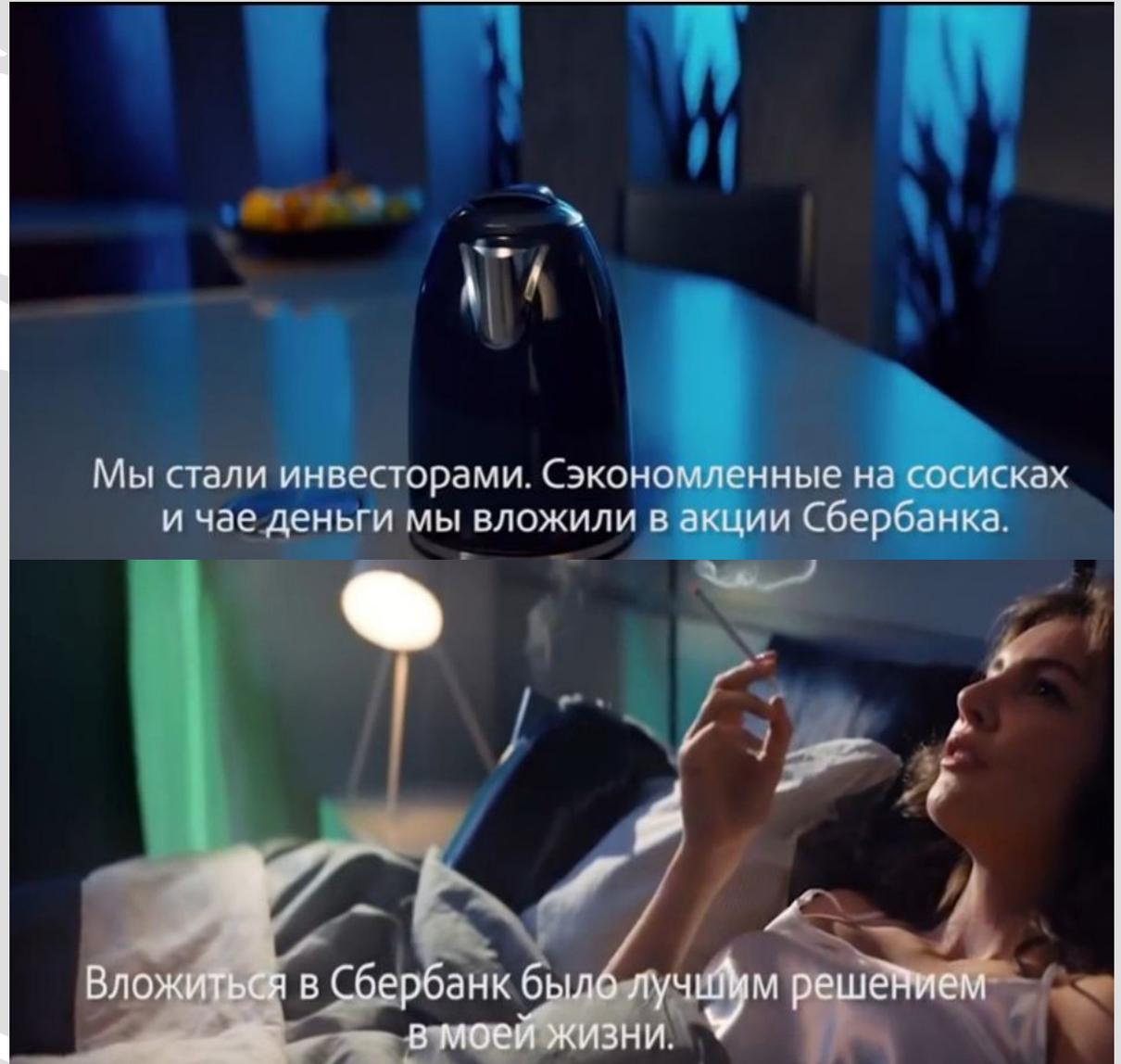
- ВЫПОЛНИЛИ:
- КУЗЬМИНА НАДЕЖДА
- ДРОЗДОВА КСЕНИЯ
- ГРУППА: БРК21-02

# 1) Реклама, способствующая развитию инвестиционной активности

«Мистер Чайник» – реклама инвестиций в Сбербанк

*Обоснование:*

- Реклама включает наименование фирмы, осуществляющего банковскую деятельность
- Отмечаются положительные изменения в жизни инвестора, вложившего в акции Сбербанк
- Направлена на раскрутку инвестиционных товаров и продуктов, вложение финансов для получения прибыли, что развивает инвестиционную активность



## 2) Выполняет образовательную функцию

Постер «Выбор за тобой» Russ Outdoor

Обоснование:

- Говорит о способах совершенствования жизни
- призывает обратить внимание на проблему здорового образа жизни
- реклама направлена на популяризацию спорта и ЗОЖа

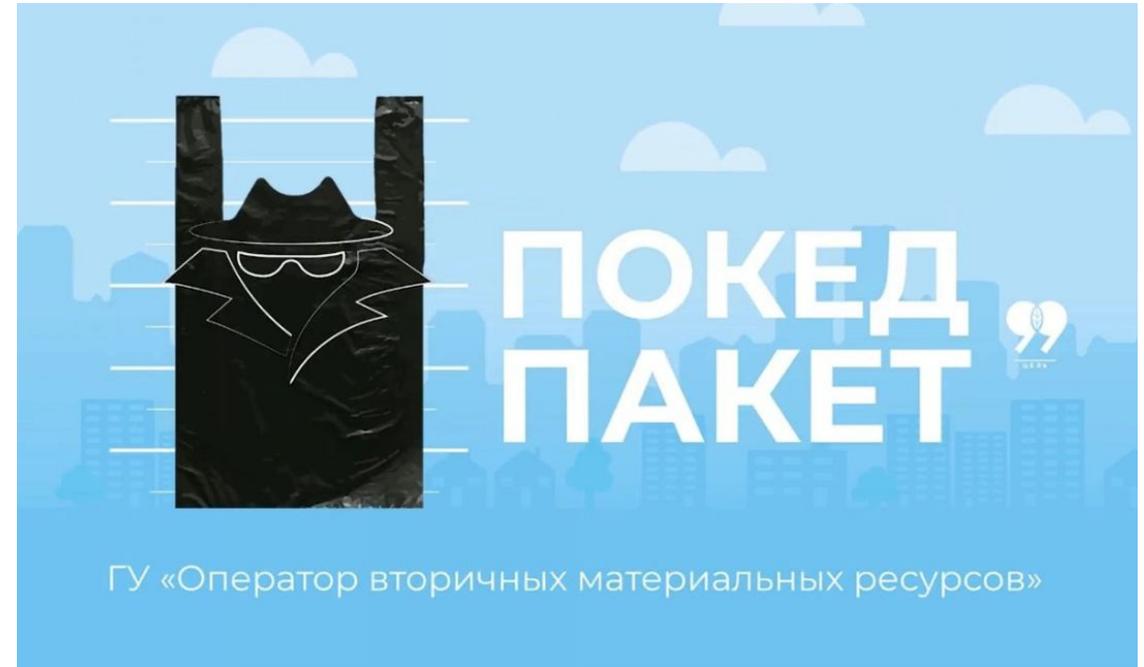


### 3) Воспитывает культуру потребления

Экологическая реклама «Покед, пакет» ГУ «ОПЕРАТОР ВТОРИЧНЫХ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ»

Обоснование:

- Способствует формированию и внедрению в сознание людей повышения эффективности использования ресурсов
- помогает двигаться к решению масштабной проблемы загрязнения отходами пластика



## 4) Политическая функция

Обоснование:

- обуждать людей участвовать в тех или иных политических процессах, включая делегирование различных полномочий, в том числе путем выборов.
- Предмет политической рекламы - партия, кандидат, их программы, а также политическая акция, движение поддержки или протеста и т.д.

Ролик президента США Линдона Джонсона. В результате выборов его с большим перевесом изберут на второй срок. Соперник Джонсона, республиканец Барри Голдуотер, заявлял о готовности использовать ядерное оружие. Этим роликом команда Джонсона проиллюстрировала, что ждет США, если граждане проголосуют за Голдуотера.



## 5) Реклама приобщающая к национальным ценностям

### Обоснование:

- Патриотическая реклама-К ней относится реклама к праздникам, юбилеям, спортивным событиям, призванная объединять нацию. В частности, реклама к 300-летию Санкт-Петербурга - «С праздником, великие люди великого города».



**б) Способствует развитию потребности в каких-либо действиях через воздействия на чувства, самооценку или устремление потребителей**

Обоснование:

функция предполагает побуждение и развитие потребностей в каких-либо действиях через воздействие на чувства самооценки, престижа, взгляды и предпочтения потребителей, их устремления.

