

Домашняя экономика
8класс

«Реклама в нашей жизни»

Реклама –

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



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

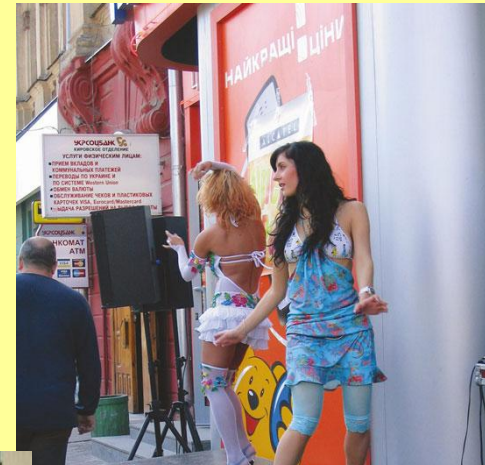
соем
Keraben **96**

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

Штриховой код



Расшифровка штрих кода



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:

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

Практическая работа

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ШТРИХ-КОДА РАЗРАБОТКА РЕКЛАМЫ НА ТОВАР

- Определите страну-изготовителя по предложенным кодам.
- Расшифруйте штрих-код предложенного товара и определите подлинность товара.
- Распределитесь на группы по 3-4 человека и разработайте рекламу на предложенный товар.



Примеры этикеток товара

Опытный хлебозавод ГосНИИХЛ

Б.Черкизовская, д.26а тел.: 161-41-60

**СЛОЙКА
"СВЕРДЛОВСКАЯ"**

Масса: 0,1 кг. ГОСТ 9511-80

Состав продукта: мука пшеничная в/с, дрожжи пресованные хлебопекарные, соль поваренная пищевая, сахар - песок, маргарин, сухое молоко, яичный порошок, ванилин.

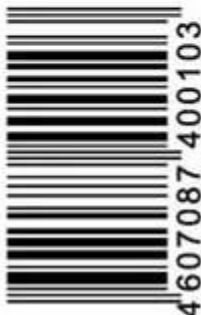
Пищевая ценность 100 г продукта:

белки - 7,1 г., жиры - 13,1 г., углеводы - 50,2 г.

Энергетическая ценность: 348,0 ккал.

Срок хранения: 48 часов при t не выше 25°C и влажности до 75%

Дата изготовления:



Мясоперерабатывающий комплекс ООО "ГВАРДИЯ"

Юридический адрес: Россия 356035 Ставропольский край.

Красногвардейский р-он. п.Штурм, ул. Дачная 8.

Адрес производства: Россия 356035 Ставропольский край

Красногвардейский р-он. п. Штурм Тел.: +7(8652)33-04-72. 33-04-73



Плечевой отруб свиной без голяшки бескостный охлаж. в вак. упак.

Вес **2,832 кг**

Пищевая ценность, 100 гр:

Жир-18,3 г. Белок-16,5 г.

Эн.ценность ккал-230,7

Условия хранения при t 0С +4С

и отн. влаж. воздуха 85%

Срок годности 17 сут



Изготовлено 11.06.2014

ГОСТ Р 52986-2008



Памятка к составлению рекламы

- 1) главное в рекламе – простота и доступность изложения;
- 2) рекламное объявление должно хорошо запоминаться;
- 3) броский заголовок – половина успеха;
- 4) текст объявления должен быть составлен грамотно и четко;
- 5) лучше иметь одну большую иллюстрацию, качественно выполненную, чем много мелких и некачественных.

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

Спасибо за внимание!