МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

КРАСНООКТЯБРЬСКАЯ СРЕДНЯЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ШКОЛА

**РЕКЛАМА В НАШЕЙ ЖИЗНИ**

Автор проекта: Башаров Руслан

Ученик 7 «б» класса МОУ Краснооктябрьской СОШ

Наставник проекта: Трускова Н.Г.

Учитель истории и обществознания

МОУ Краснооктябрьской СОШ

п. Ишалино

2018 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

1.Теоретическая часть. Изучение понятия рекламы.

1.1. Виды рекламы.

1.2. Плюсы и минусы рекламы.

2. Практическая часть.

2.1. Анкетирование и его результаты.

2.2. Презентация «Реклама нашей школы».

3. Заключение.

Список литературы.

Введение.

Сегодня мир наполнен рекламой, она встречается нам повсюду – на телевидении, на радио, в Интернете, на улице, в газетах и журналах. Сейчас уже трудно себе представить нашу жизнь без рекламы, роль рекламы в современном мире трудно оценить.

Появление обилия рекламы на всех телеканалах сначала резко раздражало телезрителей, которые постепенно привыкли к ней.  Сегодня можно наблюдать такой факт: иногда мы сознательно ждем рекламы, чтобы ненадолго отвлечься от просмотра фильма или интересной передачи для решения каких-то мелких проблем, а иногда даже нервничаем, когда рекламы долго нет. Реклама неизбежно оказывает влияние на наши взгляды, наше отношение к себе и к окружающему миру. Она показывает нам готовые формы поведения в той или иной ситуации. Определяет, что хорошо и что плохо. Каждый современный человек погружен в плотное информационное поле, которое создается телевидением, радио, печатными изданиями, интернетом. Отовсюду он слышит рекламные предложения, в которых очень много терминов и понятий, связанных с химией. Нам предлагают косметические средства, стиральные порошки, жевательные резинки и другие вещи. Очень сложно ориентироваться в выборе предлагаемых товаров и услуг. Часто люди совершают покупки под воздействием рекламы, которая содержит много ошибок, научных терминов и выражений, которые могут запутать доверчивого и не слишком грамотного слушателя и заставить купить его совсем ненужную вещь.

В наше время, когда всё большее количество эфирного времени занято рекламой и, особенно, когда реклама производит движение вверх по уровню развития, (как за рубежом, так и в России), сознание человека воспринимает всё больше информации, которая не всегда полезна. В следствие, *данная проблема считается актуальной, а тема интересной для изучения*.

**Цель проекта**: выяснить - как и почему реклама влияет на человека.

**Задачи проекта:**

1.Узнать, что такое реклама? Когда впервые она возникла и для чего ? 2. Определить роль рекламы в жизни человека, выявить виды рекламы, а также практическим способом определить степень влияния рекламы на современных школьников.

3.Провести анкетирование среди учащихся. Изучить их отношение к рекламе и как реклама влияет на нас.

**1.Теоретическая часть. Изучение понятия рекламы.**

Что такое реклама?

*Реклама* – это определенный вид маркетинговой деятельности, который направлен на распространение заведомо оплаченной информации для привлечения потребителей и увеличения объемов продаж.

*Реклама* – это информация, которая доносится до потребителя несколькими способами, при этом содержит сведения об определенном товаре, услуге и т. д. Делается это для популяризации продукции с целью привлечь внимание к рекламируемому объекту.

*Реклама* – это предварительно оплаченная форма распространения информации.

*Реклама* – это один из самых действенных способов донести до потенциальных клиентов заранее разработанную маркетологами информацию.

Многие люди спорят, какое определение более достоверно. Согласно законодательству, *реклама* – это информация, которую распространяют с целью привлечения клиентов.

Сейчас, наверное, не найти человека, который не имел бы хоть малейшего представления о рекламе. Все из-за того, что она присутствует практически везде.

Все люди понимают, что подразумевается под понятием «реклама», но мало кто может дать определение этому термину. Если дословно перевести с латинского языка, то получим «кричать, доносить, выкрикивать». На самом деле существует множество трактовок слова «реклама». Приведем некоторые из них.

Но работники рекламной индустрии несогласны с этим утверждением. Они считают, что реклама – это определенный вид деятельности. В каждом варианте есть доля правды, поэтому справедливо будет утверждать, что *реклама –*это информация, произведенная в процессе определенного вида деятельности.

Реклама – это вечный двигатель торговли.

Реклама (от лат. reclamare - выкрикивать) - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама

У рекламы существует много критики. Важно понимать, что рекламные сообщения это всего лишь информационный инструмент, которым злоупотребляют в недобросовестной конкурентной борьбе. Но в двигателе торговли содержится польза не только для продавцов, но и для покупателей. Как бы ее не критиковали, она является источником информации. Рекламой производители и продавцы доносят информацию об особенностях их товара, а покупателям это дает возможность сделать рациональный выбор при покупке. В рекламе содержаться для нас всегда только хорошие новости.

**1.2. Виды рекламы.**

Есть 3 основных вида рекламы, каждый из которых строится на определенном подходе к потенциальному покупателю:

1. Имидж – реклама

2. Стимулирующая реклама

3. Реклама стабильности

Имидж-реклама

В основном, это реклама по созданию благоприятного образа (имиджа) фирмы и товара. Ее основная роль - ознакомить потенциальных потребителей с продукцией, с ее назначением, характеристиками, а также с направлениями деятельности, с теми преимуществами, которые получает покупатель, обращаясь к вам.

С имидж - рекламы начинают свою деятельность банки и инвестиционные фонды, так как без определенного имиджа и доверия клиентов они не смогут добиться каких-либо ощутимых успехов. Целевая имидж - реклама характерна для крупных фирм при проведении крупных рекламных кампаний.

Стимулирующая реклама.

Направлена, в основном, на стимулирование потребностей покупателей. Ее направленность ограничена, она должна быть адресована пользователям или покупателям продукции. При этом, однако, неизбежно обращение к несколько большей аудитории покупателей или пользователей.

Это самый распространенный вид рекламы. В ней важно подчеркнуть основные преимущества продукции, ее положительные качества по сравнению с аналогичными товарами.

Основная задача стимулирующей рекламы - стимулировать потребность в потреблении товара или эксплуатации предлагаемой вами услуги.

Главное, в симулирующей рекламе недопустимы негативные высказывания в адрес фирм-конкурентов и их товаров.

Реклама стабильности

Еще до выпуска продукта, товара, услуги на рынок целесообразно провести предварительную рекламную кампанию, извещая, что с такого-то числа фирма выпускает на рынок новый товар.

Правильно составленная реклама позволяет убедить партнёров и клиентов в благонадёжности и серьёзности фирмы, сформировать сильный положительный её образ в глазах окружающих.

Существуют также и другие виды рекламы:

1. Реклама в прессе (печатная реклама, включающая всю периодическую печать (газеты, журналы), которая отличается лаконичным оформлением, ясной композицией и простыми шрифтами)

2. Реклама в газетах

3. Печатная реклама

4. Радиореклама

5. Реклама на ТВ

6. Прямая почтовая реклама (рассылку рекламных сообщений (в том числе и персонализированных) в адреса определенной группы лиц-потребителей или возможных деловых партнеров.)

7. Наружная реклама (графическая, текстовая, либо иная информация рекламного характера, которая размещается на специальных временных и / или стационарных конструкциях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях зданий, сооружений, на элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог или на них самих, а также на автозаправочных станциях (азс).)

8. Интернет реклама

**1.3. Плюсы и минусы рекламы.**

Плюс в том, что в поиске можно просто сесть за телефон и прозвонить, а не бегать по городу. Через рекламу можно оперативно получить информацию, помогающую экономить деньги (это про всякие акции и скидки), узнать о новом продукте. Реклама положительно воздействует на ход разработки новых видов продуктов и предоставляет эффективные способы информирования покупателей об их появлении. Все это в целом способствует привлечению инвестиций, повышению качества товаров и непрерывному расширению возможностей потребительского выбора. В отдельных случаях большие расходы, связанные с разработкой новых продуктов, благодаря рекламе частично возмещаются, поскольку потребители информируются о появлении новых товаров и создаются условия для их приобретения. Реклама, развивая тенденции к расширению производства товаров, содействует обеспечению занятости в производственном секторе экономики различных стран.

Реклама помогает потребителю (потенциальному покупателю) принять лучшее решение о покупке, обеспечивая его информацией о товаре.

При выводе новых товаров на рынок производители, используя возможности рекламы, обеспечивают себя эффективными средствами обшения с потребителями.

Используя различные ассоциации со свойствами товара, реклама может вызывать у потребителя усиление ощущения выгод от его приобретения, ощущение его полезности.

Реклама является одним из главных источников финансирования всех видов средств массовой информации. Доходы от рекламы могут составлять до 60% содержания журналов, 70% объема газет, около 100% времени эфира теле - и радиопрограмм.

Большим минусом по сей день остаётся то, что компании делают неправильную рекламу. Т.е. такую, которая совсем не работает. Примером могут послужить уличные баннеры, навязчивые промоутеры, спам и прочее.

Люди по прежнему верят в силу классических подходов и продолжают делать своё дело - выдумывать и продвигать неработающую рекламу. Человек задерживает свой взгляд на рекламном щите всего на 3-5 секунд и нужно сделать все возможное, чтобы заставить его дочитать до конца за короткое время.

Вывески – довольно дорогостоящая реклама. Помимо стоимости самого рекламного щита, еще нужно оплатить рекламное место, а это может позволить себе не каждый рекламодатель.

Будет ли эффективна наружная реклама или нет, зависит также и от ее местонахождения. Идеально подходят проспекты и улицы с плотным движением автотранспорта. Чем короче текст на рекламном щите, тем он более эффективен.

**2. Практическая часть.**

**2.1. Анкетирование и его результаты.**

Для оценки рекламы мы составили анкету (см. приложение 1). В анкетировании приняло участие 37 учащихся 7 классов. Было предложено ответить на вопросы:

1. Нужна ли реклама в современном мире?
2. Ты покупаешь то, что рекламируют?
3. Тебя раздражают рекламы в интернете, во время просмотра телепередачи?
4. Если ты не можешь купить то, что рекламируют, что ты чувствуешь?

После проведения анкеты нами была составлена сводная таблица (см. приложение 2) результатов анкетирования.

Результаты анкет следующие:

1. Нужна ли реклама в современном мире?

«Да, нужна» ответили 32 человека;

«Нет» ответили 5 человек.

1. Ты покупаешь то, что рекламируют?

«Да, покупаю» ответили 21 человек;

«Нет» ответили 16 человек.

1. Тебя раздражают рекламы в интернете, во время просмотра телепередачи?

«Да, раздражают» ответили 34 человека;

«Нет» ответили 3 человека.

1. Если ты не можешь купить то, что рекламируют, что ты чувствуешь?

«Ничего не испытываем» ответили 17 человек;

«Мне безразлично» 5 человек;

«Злость, разочарование, равнодушие, зависть, обида» по 1 человеку;

«Расстройство» 6 человек;

«Грусть» 3 человека.

Обобщив результаты анкетирования, мы определили, что реклама подавляет волю человека. Реклама нужна, но в то же время она раздражает людей, реклама заставляет нас покупателей приобретать то, что рекламируют.

**2.2. Презентация «Реклама нашей школы».**

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В заключение хочется сказать, что реклама - неотъемлемая часть в нашей жизни. С рекламой мы встречаемся каждый день, независимо, хотим ли мы этого или нет. Реклама дает нам некую полезную информацию о каком либо товаре, который может быть полезен для нас или для близких. Однако реклама не всегда бывает информативной. Реклама бывает надоедливой и то, что она рекламирует, бывает бесполезным. Реклама может содержать все различные вирусы, если говорить об интернете. Реклама в современном мире играет огромную роль, не зря её называют «двигатель торговли». Реклама везде и повсюду, и поэтому на эту тему можно размышлять очень долгое количество времени, эта тема многогранна. Должно понадобиться много времени, чтобы рассмотреть от и до, все аспекты, все факторы, все виды рекламы.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Учебник обществознание для 7 класса. Под редакцией Л.Н.Боголюбова, Н.И. Городецкой -М.: Просвещение, 2017.
2. Даль В.И. Толковый словарь русского языка: современная версия для школьников/ Владимир Даль. – М.: Эксмо, 2010.
3. Антипов, К.В. Основы рекламы: Учебник / К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2015. - 328 c. https://studfiles.net/preview/1099113/
4. <http://advtime.ru/>
5. www.advertology.ru
6. [www.advesti.ru](http://www.advesti.ru)
7. <https://reklamaplanet.ru/marketing/vidy-internet-reklamy>
8. http://www.marketch.ru/marketing\_dictionary/mrketing\_terms\_v/types\_of\_advertising/