

**Домашняя экономика**  
**8класс**

**«Реклама в нашей жизни»**

# ***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](http://www.escobar.ru)

в Москве 489-6110  
☎ 105-5748

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

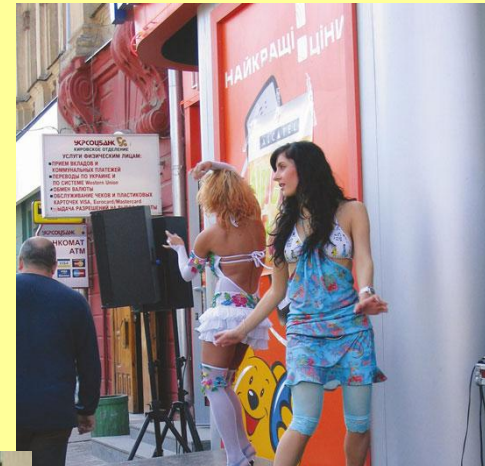
соем  
Keraben **96**

**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!***