



Реклама

Учениці 11-А класу
Семенкович Олена
Глуха Оксана

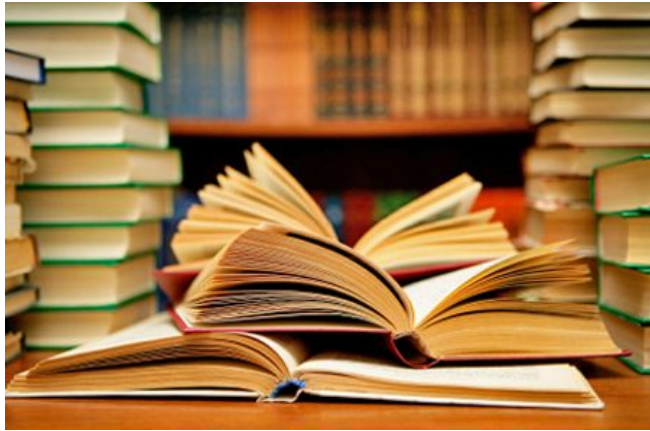
- ▣ **Рекла́ма** — спеціальна інформація про осіб чи продукцію, що розповсюджується в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого чи опосередкованого одержання прибутку.



- Сучасна реклама намагається спочатку створити умови для усвідомлення покупцем рекламного звернення, здійснення ним покупки та забезпечення не одноразового, а сталого процесу купівлі. Тому реклама — це єдиний елемент маркетингу, який починається з намагання зрозуміти споживача, його запити й потреби. Через те рекламні дослідження здійснюються в багатьох аспектах: аналіз товару, вивчення ринку, аналіз можливостей засобів масової інформації та носіїв комунікації. Проте основне — дослідити характеристики споживачів і з'ясувати можливі мотивації їхньої поведінки. Сучасна реклама має у своєму розпорядженні широку наукову базу. Вона озброєна засобами досліджень, що розроблялися упродовж століть видатними соціологами.







Нам на телебаченні не вистачає реклами про книжки. Я дуже бажаю щоб на нашому телебаченні з'явилася реклама про книжки, реклами з історичними відомостями. Як колись в київському метро на екранах показували цитати відомих людей. Це було дуже цікаво! Діти більше пізнавали б, цікавилися і краще вчилися.

- Рекламодавцям необхідно мати ґрунтовне уявлення про мотиви потенційних покупців, аби знати не тільки, які товари та які умови, а й яка реклама приведе до купівлі, оскільки купівлі передуює сприйняття, діяльне осмислення об'єктивних даних, коли людина ніби заново винаходить, вигадуює предмет, щоб включити його в набір повсякденних потреб або в набір заповітних бажань, або ж у набір непотрібних речей. Отже, мотиви виконують роль рушія вчинків і виявляються у вигляді напружень чи збуджень, які психіка людини намагається відкинути або принаймні зменшити, хоч той, хто відчуває на собі цей механізм, навряд чи усвідомлює його сенс і значення. Усе відбувається на рівні підсвідомості. У реальному житті зазначені процеси тісно переплітаються. Відтак найголовнішим завданням реклами є створення й закріплення своєрідного умовного рефлексу, коли сама тільки назва товару породжує бажання його придбати.

ДЯКУЄМО
ЗА УВАГУ!