

Тема проектной работы:
*«Магия «большой тележки» и
другие уловки маркетинга»*

Автор работы:

Аракелян Карина,
ученица 10 «А» класса
ГБОУ ЦО № 1602 г. Москвы

Научный руководитель:

Полюхин Александр
Владимирович,
учитель истории и
обществознания

Цели и задачи исследования:

- Дать определение понятию «маркетинг».
- Изучить основные маркетинг – стратегии.
- Исследовать позицию старшеклассников ГБОУ ЦО №1602 в данном вопросе.
- Разработать технологию защиты от уловок маркетинга.
- Создать интернет – страницу по материалам проекта
- Провести цикл бесед для старшеклассников ГБОУ ЦО №1602.

Маркетинг - это организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям.



Основные маркетинг – стратегии.

Акции,
бонусы,
скидки.

Технология
«первой
цифры».

Эффект
«большой
тележки».

Основные маркетинг – стратегии.

```
graph TD; A[Основные маркетинг – стратегии.] --> B[Рекламные стратегии.]; A --> C[Выкладка товара.]; A --> D[Музыкальный эффект.];
```

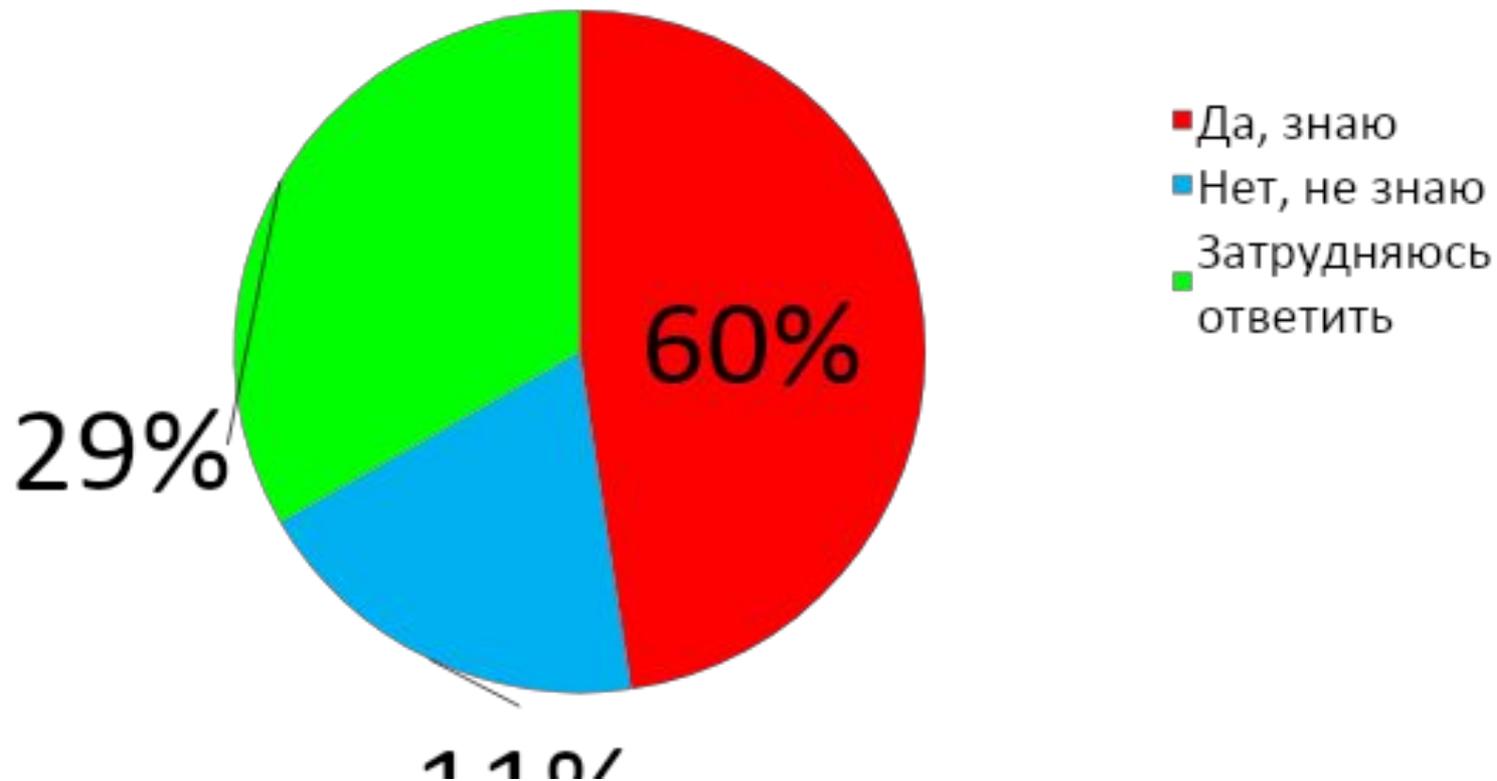
Рекламные
стратегии.

Выкладка
товара.

Музыкальный
эффект.

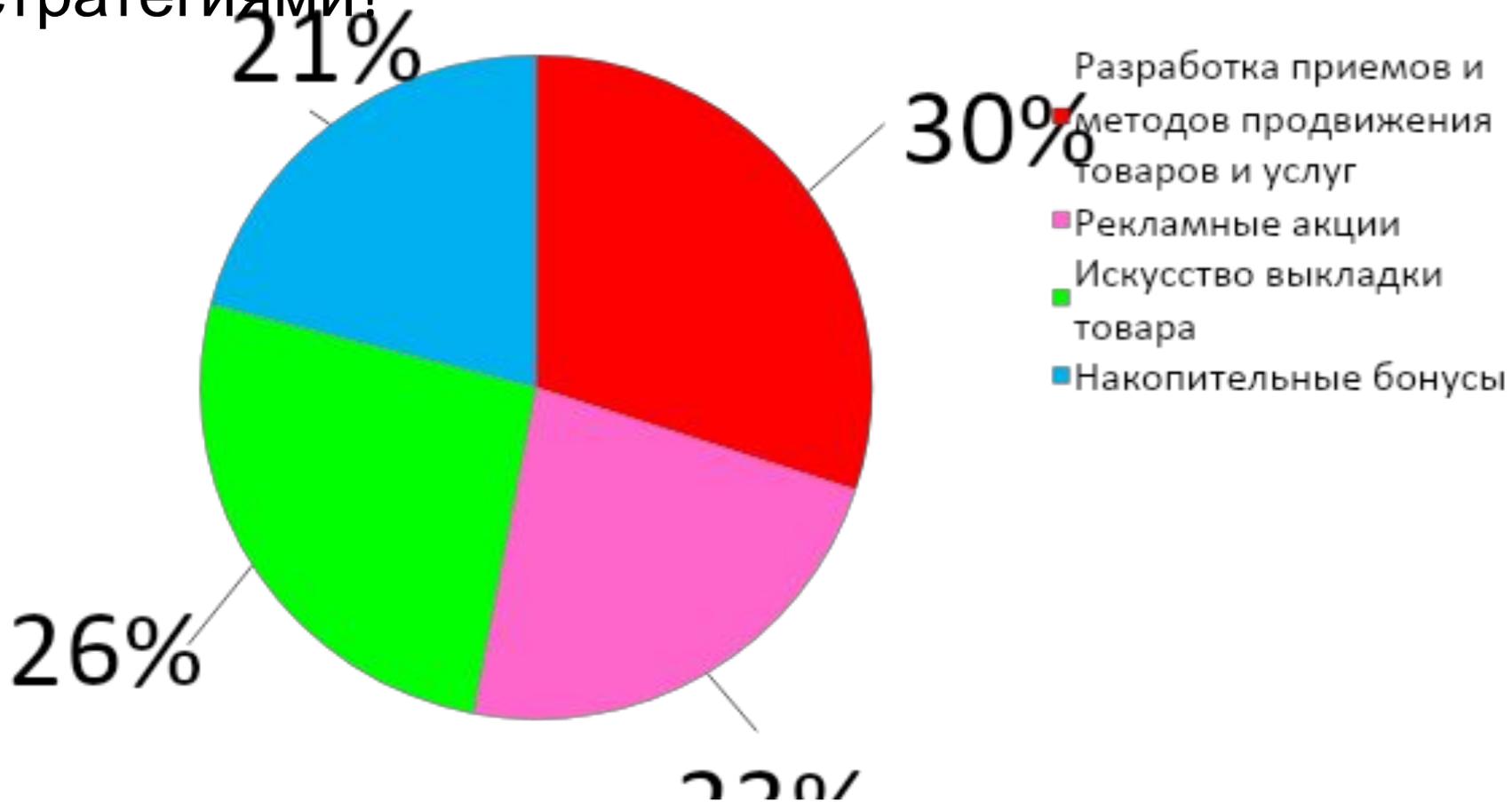
Позиция старшеклассников ГБОУ ЦО №1602 в данном вопросе.

Знаете ли вы, что такое маркетинг?



Позиция старшеклассников ГБОУ ЦО №1602 в данном вопросе.

Что вы считаете маркетинговыми –
стратегиями?



*Цикл бесед для учеников
старшей школы
(март - апрель 2015)*

*Интернет - страница по
материалам проекта.*

Акции, бонусы, скидки.

- На создание скидок, акций и бонусов часто влияет конкурентоспособность
- Еще одной причиной является желание продать как можно больше товара
- Скидки помогают убрать с полок товар, который подходит к концу срока годности
- Еще одним фактором является привлечение клиентов.



Музыкальный эффект.



Грамотно-специально подобранная музыка для магазина, транслируемая через качественное звуковое оборудование, способна повысить статус магазина в глазах покупателей, создать уникальную атмосферу и стать дополнительным рекламным носителем, способствующим повышению продаж и лояльности клиентов.

Выкладка товара.



Мерчандайзинг — часть процесса маркетинга, определяющая методику продажи товара в магазине.

Эффект «большой тележки»

Существует множество различных тележек и корзинок, который мы каждый раз берем с собой, входя в магазин. Казалось бы, что такого. Это все придумано для удобства человека. Но есть множество нюансов, которые мы не замечаем или не хотим замечать!



Технология «первой цифры»

СУПЕР ЦЕНА

599

рублей

Рекламные

отрастания

Реклама — часть маркетинговых коммуникаций, в рамках которой производится оплаченное известным спонсором распространение не персонализированной информации, с целью привлечения внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему.



Стратегия защиты от уловок маркетинга.



Не совершать покупок на «голодный» желудок. Если вы совершаете покупки с детьми, то обязательно покормите их перед выходом в супермаркет.



Не совершать покупок в состоянии нервного стресса.

Стратегия защиты от уловок маркетинга.



Критически относиться к рекламным акциям.



Следовать строго определенному списку покупок.

Главное помните !

*«Бесплатный сыр бывает
только в мышеловке».*

