

Используя ключ, расшифруйте экономические термины и дайте им определения

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21
 А Б Ю Г Д Е И К Л М Н О П Р С Т Ф Ц Ъ Ж Х

13	12	16	14	6	2	11	12	15	16	19
П	О	Т	Р	Е	Б	Н	О	С	Т	Ь

2	3	5	20	6	16
Б	Ю	Д	Ж	Е	Т

14	1	15	21	12	5
Р	А	С	Х	О	Д

5	6	17	7	18	7	16
Д	Е	Ф	И	Ц	И	Т

14	6	8	9	1	10	1
Р	Е	К	Л	А	М	А

10	1	14	8	6	16	7	11	4
М	А	Р	К	Е	Т	И	Н	Г

Тема урока:

Маркетинг и реклама

МАРКЕТИНГ (ОТ АНГЛ. MARKET – РЫНОК)

– ЭТО ВИД ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НАПРАВЛЕННЫЙ НА
УДОВЛЕТВОРЕНИЕ НУЖД И
ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОСРЕДСТВОМ
ОБМЕНА

МАР-КЕ-ТИНГ







www.1000flowers.com









www.f

ИНСТРУМЕНТ(от лат. Instrumentum -
инструмент) – это то, с помощью чего
изготавливают или делают что-либо

РЕКЛАМА – это инструмент маркетинга

РЕКЛАМА (от лат. *reclamare* - кричать, выкрикивать, зазывать) - широкое оповещение о чём-либо потребителей, покупателей, зрителей с целью привлечения их внимания

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА



ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ



ПЕЧАТНАЯ РЕКЛАМА



Жарким летним днем
жужжание пчел сливается
с музыкой ветра. Медовая
груша кружит голову
своим ароматом...

ORIGINAL
botaniQ
Megaball
Груша
Фруктовое
питательное пюре
Meli mellis *Pyrus communis*

botaniQ
сделано в природе

РЕЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА



АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ РЕКЛАМЫ:

1. Постановка цели рекламной продукции (предназначение рекламы)

2. Целевой рынок (описание потенциальных потребителей услуг (товаров), на которых должна воздействовать ваша реклама)

3. Разработка рекламного обращения состоит:

- информации, которую необходимо представить потребителям;
- поиска оригинальных идей;
- состоит из текстовой (рекламный слоган) и иллюстративной частей.

4. Виды рекламного продукта:

- ролик;
- плакат;
- печатная продукция.

5. Какие средства распространения рекламы вы планируете использовать:

- газета;
- телевидение;
- наружная реклама.

РЕКЛАМОДАТЕЛЬ — это юридическое или физическое лицо, являющееся заказчиком рекламы у рекламного агентства.

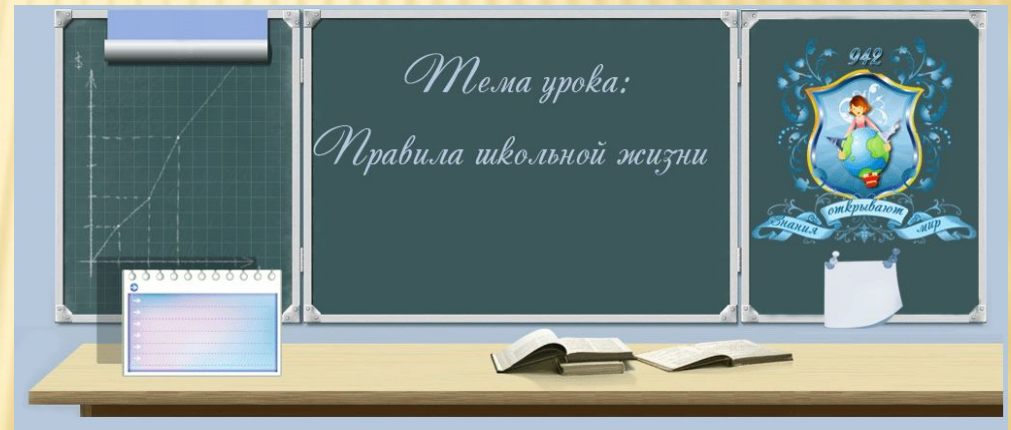
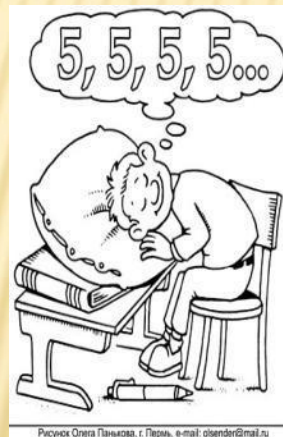
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО — организация, предоставляющая своим клиентам услуги по планированию, организации и производству рекламы.

ПАМЯТКА СОСТАВИТЕЛЯМ 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.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА

- Создать рекламу школы



Выразите свое личное восприятие урока в предложенных фразах:

Я почувствовал.....

Я понял

Я бы изменил

Я буду

Домашнее задание

Разработать рекламный
проспект и рекламные символы
на школьную форму

**СПАСИБО ЗА
УРОК!**