**Дистанционный урок по основам предпринимательской деятельности №32**

**Практическая работа №17**

Согласно КТП для обучающихся 3 курса

**Тема урока:** Реклама и ее роль в бизнесе.

**Цель работы**: формирование предметных знаний для успешной социализации. Планирование собственной работы, самостоятельно строить процесс овладения информацией. Закрепить на практике знания по маркетингу (рекламе).

**Задачи практической работы**:

1. Повторить теоретический материал по теме практической работы.

2. Ответить на вопросы для закрепления теоретического материала.

3. Выполнить задания.

4. Оформить отчет.

**Обеспеченность занятия (средства обучения):**

1. Рабочая тетрадь по Основам предпринимательства.

2. Ручка.

3. Тексты заданий.

4. Двойные листки в клетку для оформления отчетов.

**Краткие теоретические и учебно-методические материалы**

**по теме практической работы**

Как всем известно — реклама это двигатель продаж. Ведь чтобы о новом товаре узнали, нужно показать потенциальным покупателям преимущества данного товара, либо напомнить о уже существующем товаре на рынке. Каждый бизнесмен открывая свое дело непременно откладывает средства на то чтобы разрекламировать свой товар. Реклама в бизнесе — инструмент который не возможно изменить, призванный подготовить вашего потенциального клиента к покупке либо просмотру товара. Без рекламы не сможет обойтись ни одна компания, она призвана продвигать все новые и новые товары. Даже в древние времена торговцу нужно было показать, что его товар лучше, чем у соседа. Пускай его товар и не был таковым, но правильно подобранные слова всегда делали свое дело.

Реклама в нашем мире на каждом шагу и хочешь ты этого или нет ты подвергаешься ее воздействию. Есть даже мировые бренды, которые бывают не лучшего качества, но с хорошей рекламной подачи становятся очень популярными. Взять, например, айфон, он уступает по техническим характеристикам многим смартфонам, но о нем мечтает огромное количество людей. Спросите — почему? Ответ прост, у него очень хорошая реклама. Покупая такие товары человек считает, что он приравнялся к наиболее высокому по статусу классу людей. На самом деле в жизни человека мало что меняется, но его мнение о своем положении меняется.

Роль рекламы — заключается в том, чтобы вызвать желание иметь что-либо, чего мы возможно еще не имеем или ищем, в том объеме, в котором могли бы. Желание в свою очередь побуждает нас к действию — покупке. Термин «реклама» произошел от латинского слова «Reklamare» — «громко кричать» или «извещать» (в Древней Греции и Риме объявления громко выкрикивались или зачитывались на площадях и в других местах скопления народа). Реклама — это не только искусство, но наука, бизнес, и поэтому, экстравагантный креатив — дело высоких профессионалов. Исключительно огромный практический опыт и отменное владение техникой могут позволить нам создавать шедевры рекламного искусства, опираясь на интуицию.

Виды рекламной деятельности по сферам деятельности и предметам:

* экономика — производство, торговля, финансы, предложения рабочей силы, поиски работы;
* бытовые услуги — починка, пошив, изготовление предметов быта, отдыха;
* интеллектуальные услуги — образование, медицина, книги, пресса, туризм;
* религия — миссионерские воззвания, религиозные плакаты, приглашения к ритуальным акциям;
* политика — агитация за кандидатов на выборах, лозунги митингов, демонстраций, манифестаций;
* юриспруденция — сообщения о пропавших, поиски преступников, приглашения на судебные процессы;
* наука и экология — реклама просветительского направления, научная популяризация в листовках, плакатах, проспектах, буклетах;
* семейные и межличностные отношения — брачные объявления, приглашения к знакомству, к совершению совместных путешествий, вступлению в дело.

Перечисленные выше виды рекламной деятельности имеют совершенно разные предметы и объекты рекламного воздействия. Реклама, с одной стороны, доносит до потребителей сведения, которые необходимы для покупки и использования товаров, а с другой, сочетает свою информативность с убедительностью и внушением, оказывает на человека эмоционально-психическое давление.

Выделяют следующие основные функции рекламы:

* экономическая;
* информационная;
* коммуникационная;
* контролирующая и корректирующая;
* управление спросом.

Есть компании, которые очень мало затрачивают денег на рекламу, они перекладывают эту работу на своих клиентов. Как пример можно привести сетевой маркетинг, там каждый участник должен рассказать и предложить товар потенциальным клиентам. Эта система очень отлажено работает.

Памятка:

1. Виды рекламы: наружная, печатная, TV, радио реклама, упаковка товаров, выставки-продажи.

2. Главное в рекламе- простота и доступность изложения;

3. Рекламное объявление должно хорошо запоминаться;

4. Броский заголовок –половина успеха;

5. Текст объявления должен быть составлен грамотно и четко;

6. Реклама не должна быть назойливой, иначе она вызывает раздражение и дает эффект, противоположный тому, что вы ожидали.

7. Закон РФ « О рекламе» 1995г. Реклама не должна:

- обманывать покупателей, чрезмерно преувеличивая достоинства изделий, предлагаемых к продаже;

- превозносить свойства своего товара, ругая при этом товары конкурентов.

Вопросы для закрепления

1. Реклама это -?
2. Назвать основные функции рекламы.
3. Нужен ли креатив в рекламе?
4. Броский заголовок в рекламе это хорошо или плохо?
5. Привести пример недобросовестной рекламы.

Домашнее задание.

1. Выбрать товар и рынок.

2. Применяя памятку разработать рекламное сообщение в виде презентации или рисунок форматом А4; (реклама товара который вы выбрали).

Литература

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1990
2. Дональд У., Гордон И.И. и др. Основы рекламного дела – Самара, 1996
3. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей, выступать публично. Как перестать беспокоиться и начать жить – М., 1990.