

ПРОЄКТ «Реклама як засіб привернення уваги».

Тривалість проєкту три уроки.

Цілі проєкту:

- **навчити** учнів пояснювати поняття « реклама» ,наводити приклади та аналізувати їх, враховуючи основні вимоги до реклами; усвідомити необхідність використання та розвитку реклами; розглянути основні маркетингові стратегії та рекламні ходи, що використовуються при розробці реклами;

- **розвивати** вміння критично аналізувати різні види реклами, їх вплив на споживачів; логічне мислення та творчість учнів; вміння висловлювати свої думки та обґрунтовувати їх; розвивати пам'ять, увагу, економічне мислення, кмітливість і практичні навички;

- **виховувати** майбутніх ділових осіб економіки, грамотних споживачів рекламної продукції, вміння відстоювати власну позицію. почуття поваги до себе і до оточуючих.

Очікувані результати:

Учень знає, що таке реклама її види, рекламні стратегії, рекламні ходи.

Розуміє сутність і важливість реклами товарів, послуг

Вміє створювати просту рекламу

Може виявляти як реклама працює

Навчальні предмети, що інтегровані в проєкті: інформатика, роботехніка, фінансова грамотність.

Опис проєкту.

З'ясувати:

Що таке?

1.Реклама, її мета.

2.Види реклами.

3.Рекламна діяльність (маркетингові ходи, стратегії, хитрощі

4. Розробити і створити власну рекламу товару або послуги.

Вступна частина.

Реклама постійний супутник нашого життя, вона кожного дня впливає на нас і відіграє досить важливу роль у суспільстві. Виготовити та доставити товар на ринок – це половина справи. Потрібно, щоб товар знайшов свого покупця.. Її мета – не викладання фактів про товар, а продаж .

Реклама (від лат. «виголошую») – елемент культури, спосіб впливу на споживача, щоб з метою донести інформацію про предмет рекламування, сформувані відповідні потреби.

Білборд (англ. Billboard – афіша, реклама на дошці)- рекламний щит на підставці, встановлений зазвичай на узбіччях автотранспорту поблизу місця продажу рекламованого товару, один з найпопулярніших видів зовнішньої реклами.

Тренд – основна тенденція до змін.

Бренд – комплекс понять , уявлення людей щодо товару.

Логотип – графічний знак, або текстовий символ.

Теоретична частина.

Учням пропонується переглянути МП , про рекламу та самостійно зробити пошук в мережі інтернет інформації про стратегії реклами, види реклами.

Визначити, що реклама – це будь яка платна форма неособистої пропозиції товарів і послуг від імені визначеного спонсора, і її головною метою є вплинути на аудиторію.

Учні вчилися складати рекламні слогани і з'ясували, що вони бувають трьох видів, а саме:

- Вільні, тобто самодостатні і незалежні. Наприклад : « Аромат завжди зближує». Проте, учні зауважили, що вільні слогани не завжди асоціюються з назвою товару.
- Пов'язані, що включають назви продукту. Такий слоган не роздільний від назви продукту. Наприклад: « Ваша кицька купила би « BICKAS»

- Прив'язані- співвідносяться з назвою ритмічно, фонетично. : « Хочеш про все на світі знати, завітай в КНИЖКОВУ ХАТУ».

Приклади слоганів, які запропонували школярі :

- СПРАЙТ. Не дай собі засохнути.
- ЧОРНА ПЕРЛИНА. Наука. про красу.
- ІКЕА. Є ідея. Є Ікея.
- ТОУОТА . Керуй мрією.

Також учні наголосили як різні види реклами (аудіальна, візуальна, аудіовізуальна) впливають на нашу свідомість. Довели, реклама має позитивний і негативний вплив.

Негативний плив : підриває здоровий спосіб життя, привчає до споживання шкідливих товарів, впливає на стосунки в сім'ї, пропонує прості методи розв'язання проблем, негативно впливає на особистість дитини.

Позитивний вплив: допомагає бути в курсі новин, використовує образи успішних людей, яких діти прагнуть наслідувати, новинки реклами стають у пригоді під час приготування уроків, вони дають інформацію для роздумів, отримання нових знань.

Практична частина.

За допомогою програмних засобів (Canvas, Tinkercad) учні створили рекламний буклет та логотип для власної продукції.