

Управление образования г. Пензы  
Научно-практическая конференция младших школьников  
«Что было до нас»

# Реклама в жизни современного школьника

Выполнила: Рычагова Мария,  
ученица 4 «Б» класса  
МБОУ гимназии №44  
Научный руководитель:  
Анненкова Елена Юрьевна,  
учитель начальных классов

Пенза - 2012

- \* Современный мир трудно представить себе без рекламы. А ведь еще недавно мы и не знали, что такое реклама на телевидении и радиовещании. Стремительный прорыв рекламы в общественную жизнь людей обоснован увеличением товаров на рынке сбыта и необходимостью их реализации.



- \* Дети воспринимают рекламу буквально и эмоционально, доверяют брендам. Они с радостью цитируют слова и песни из ярких рекламных роликов. У меня возник вопрос: «А действительно ли можно верить любой рекламе?»

Цель моей работы - изучить процесс возникновения и развития рекламы в обществе, определить влияние рекламы на жизнь современных школьников.

- \* Были определены следующие задачи:
- \* изучить литературу по теме исследования;
- \* выяснить причины возникновения рекламы;
- \* познакомиться с видами рекламы, этапы её развития;
- \* провести анкетирование среди одноклассников и выяснить уровень их знаний о рекламе;
- \* организовать и провести рекламную кампанию в 1-м классе гимназии.

Предметом исследования является реклама, этапы её развития.

Объектом исследования явился уровень знаний младших школьников о рекламе и её видах.

Дальше я предположила, если рассказать учащимся младших классов о возникновении и видах рекламы, это поможет им ориентироваться в многообразии рекламы и научиться отличать качественный товар. Это и есть гипотеза исследования.

Чтобы подтвердить эту гипотезу, я решила провести исследование, которое состояло из нескольких этапов.



\* Мне удалось выяснить, что слово «реклама» произошло от латинского и означало «утверждать, выкрикивать». Возникновение рекламы связывают с деятельностью глашатаев. Эта должность имела в различных древних государствах. Деятельность этих людей заключалась в повседневном информировании больших скоплений людей в древних городах



На ранних этапах развития культуры реклама начинает выступать в форме письменного текста. Этот процесс развивается по мере изобретения самого письма. Самый древний из ныне известных рекламных текстов, найден в египетском городе Мемфисе. Надпись приглашает посетить гадателя снов по имени Рино с острова Крит. (III век до н.э.)



\* Как можно было убедиться, реклама в истории человечества проделала довольно длительный путь. Реклама всегда была важна для людей. Почему? Чтобы ответить на этот вопрос нужно выяснить, какие функции выполняет реклама.

- \* 1. Информирование о новых товарах, услугах, местах продаж – функция привлечения клиентов.
- \* 2. Когда клиент попытается связаться с объектом, для него будет важно не только то, что ему обещала реклама, но и то, правдивы ли эти обещания. Если это так – это ведет к увеличению продаж.
- \* 3. Следует помнить о том, что наличие товара должно соответствовать ожиданиям от рекламной кампании. Например, если осенняя коллекция обуви распродана, необходимо снимать рекламу с эфира - функция регулирования сбыта.



\* Таким образом, реклама привлекает клиентов, увеличивает продажи, регулирует сбыт.

- \* Анализируя рекламный материал, мне удалось выявить следующие виды рекламы:
- \* Коммерческая реклама – предложив товар потребителю, можно получить взамен от него прибыль;
- \* Социальная реклама - выходит за рамки экономических задач, направлена на достижение благотворительных и полезных целей.
- \* Политическая реклама - выступает как средство борьбы политических партий.
- \* Частные объявления, то есть объявления физических лиц или юридических лиц, не являются рекламой.

\* Ещё я узнала, что рекламы делятся по следующим признакам:

\* **По финансовому принципу:**

- \* Активная — оплата производится потенциальному клиенту.
- \* Пассивная — потенциальный клиент не принимает участие в распределении рекламного бюджета.

**По месту и способу размещения :**

Телевизионная

- \* Радио - реклама
- \* Печатная
- \* Интернет- реклама

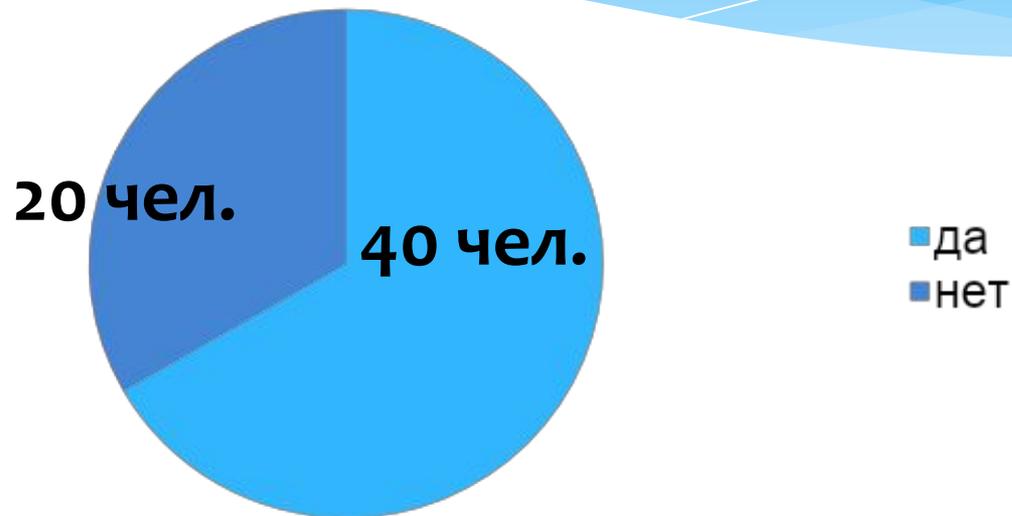
**Специфические виды по цели:**

- \* Контрреклама — опровержение недобросовестной рекламы. В РФ предусмотрена статья в качестве наказания за недобросовестную рекламу.
- \* Антиреклама — информация, призванная не поднимать, а уменьшать интерес.

\* После того, как я узнала много нового и интересного о рекламе, мне стало интересно, а что же мои одноклассники и другие школьники знают о рекламе. Какую роль играет реклама в их жизни? Чтобы ответить на этот вопрос, была разработана анкета для школьников гимназии № 44. Всего было опрошено 60 человек.

# Запоминаете ли вы рекламу ?

Ответили так:



Как видно из результатов опроса, большинство детей запоминают рекламу.

# Нравится ли вам реклама?



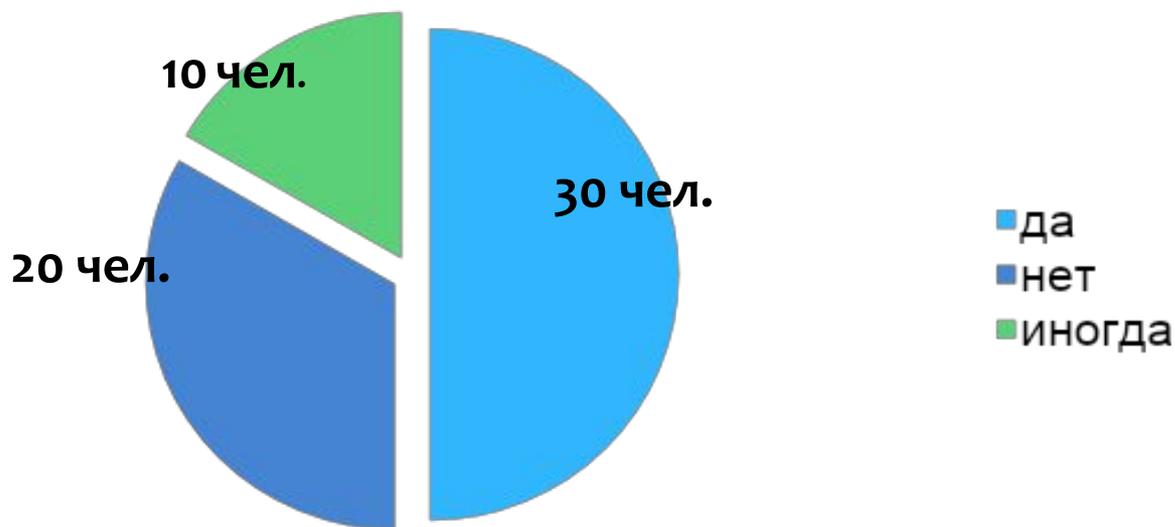
Анкетирование показало, из 60 человек, реклама не нравится лишь 11 человекам.

# Какая реклама вам нравится?

- \* К праздникам-16
- \* Продукты питания-7
- \* Про фильмы-6
- \* Дети и животные - 14
- \* Спорт-7
- \* Машины-5
- \* Зарубежные - 2
- \* Другая-3

Учащиеся отметили, что им особенно нравится реклама, транслируемая к праздникам: она отличается эмоциональностью, соответствующим музыкальным сопровождением; реклама, героями которой являются дети и животные

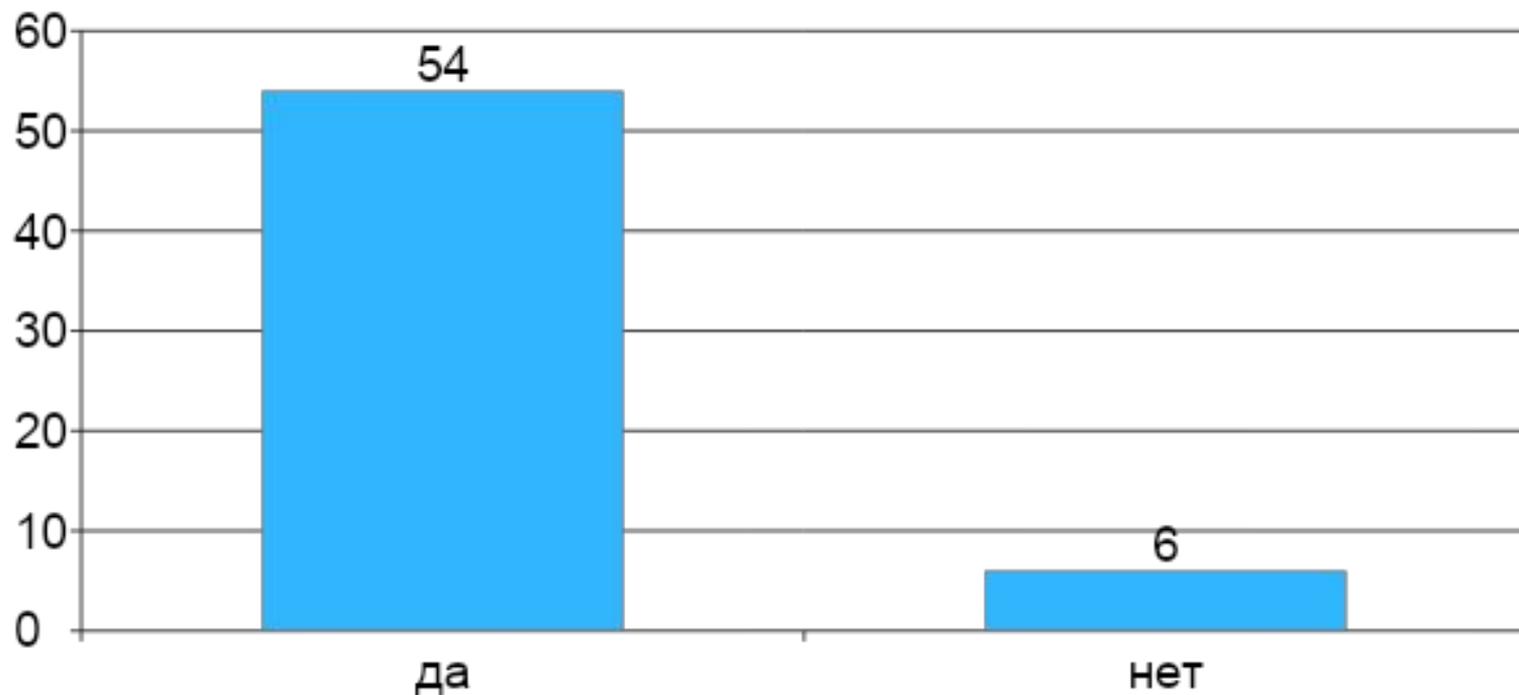
# Употребляете ли в своей речи слова из любимой рекламы?



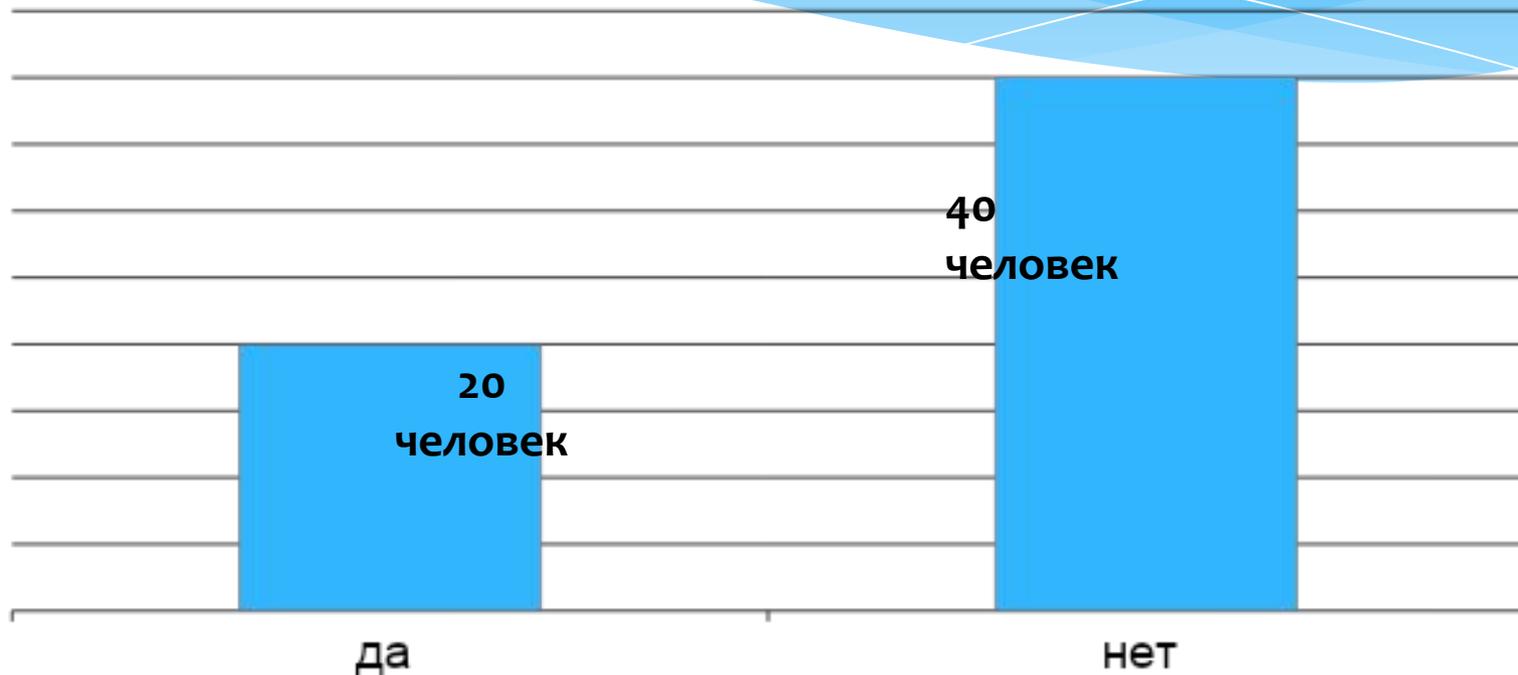
Большинство школьников слова из любимой рекламы часто употребляют в своей речи.

# Нужна ли реклама вообще?

Из этого опроса видно, большинство считают, что реклама нужна.



В рекламах часто допускают ошибки, и я  
спросила учеников, замечают ли они их?



Анкетирование показало, что 40 человек ошибки в речи людей, которые рекламируют какой-либо товар не замечают, а 20 человек замечает.

\* В наше время очень разнообразна сфера товаров и услуг. Поэтому без рекламы узнать о них и разобраться очень сложно. Таким образом, из опроса школьников видно, что дети уже со школьной скамьи слушают, смотрят, запоминают и знают рекламу. Пытаются определить положительные и отрицательные стороны рекламы.



Мой младший брат в этом году пошел в первый класс. Он совсем не пил школьное молоко. Наблюдая за ним, я обратила внимание на всех первоклассников, которые также не пили молоко. Тогда, я решила исследовать эту проблему. Я думаю, что первоклассники из-за незнания полезности молока, игнорировали его. Поэтому я организовала свою рекламную кампанию. Мне в этом помогли мои одноклассники. Они нарисовали рекламные плакаты, показали пример, как надо пить молоко.



Для того, чтобы удостовериться в качестве продукта, я побывала на Молочном комбинате «Пензенский» (МОЛКОМ). Я узнала, что для каждого вида продукции разработаны и применены четкие технологические правила, и соответствуют требованиям международной системы менеджмента качества ISO. Изучила технологию производства молока. Задала ряд интересующих меня вопросов.





Был объявлен конкурс на лучший рисунок о молоке среди первоклассников. Они приняли активное участие в конкурсе.



За это были награждены призами!



- \* Результаты рекламной кампании оказались положительными, молоко начали пить все! Первоклассники, радостные, один за другим подбегают для того, чтобы сказать, что они выпили сегодня школьное молоко!
- \* Современные дети воспринимают рекламу как данность. Собственный опыт подтверждает, что если знать тонкости рекламы, то это поможет выбрать качественный, полезный товар при многообразии товаров и услуг в современном мире.
- \* Потому что от этого напрямую зависит здоровье детей и взрослых !
- \* Также, все рекомендации для родителей, вопросы и ответы анкет, презентация «Молоко для первоклассников» представлены в приложениях.



**Спасибо за внимание!**

# Список использованной литературы:

- \* 1. Батра Р. и др. Рекламный менеджмент. – М., 2005. – 346 с.
- \* 2. Викентьев И.П. Приемы рекламы. – СПб., 2004. – 295 с.
- \* 3. Ромат. Л.Н. Реклама. – СПб., Питер, 2002. – 190 с.
- \* 4. Хромов Л.Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика.

\*