Тема урока «Наружная реклама, или Как заставить потребителя сделать выбор»

Рабочий лист группы № 1

1.Состав группы:

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |

2. Руководитель группы:

|  |
| --- |
|  |

Задания:

Задание 1. Найдите на улице все виды наружной рекламы, занесите их в таблицу и дайте краткую характеристику по критериям, которые обозначены в таблице (кроме последней колонки «Вид рекламы»).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Изображение (фото) объекта рекламы | Объект (предмет) рекламы | Цели | Какую полезную, с точки зрения потребителя, информацию можно извлечь из рекламы | Вид рекламы |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

Задание 2.

Проанализируйте заполненную таблицу. Создайте авторскую классификацию видов рекламы по характеру объекта рекламы. Результаты отобразите в схеме «Виды рекламы по характеру объекта рекламы».

(Примерная схема)

Задание 3.

Заполните последнюю колонку таблицы «Вид рекламы». Какой самый распространённый вид рекламы встречается на данной улице? Почему? Свой ответ аргументируйте.

Задание 4.

Прослушав отчёты групп, сравните вашу авторскую классификацию видов рекламы с классификацией, представленной другими группами. Сделайте выводы. По мере необходимости внесите коррективы в ответы в рабочих листах.

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |

Задание 5.

Прочитайте высказывание: «Если бы рекламодатели тратили на улучшение своей продукции те деньги, которые они тратят на рекламу, их продукция не нуждалась бы в рекламе». (Уильям Пэнн Адер Роджерс)

В чём смысл высказывания, какую проблему поднял автор?

Подумайте, как потребитель должен работать с рекламой и относиться к ней, чтобы сделать правильный выбор?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

Задание 6.

Разработайте проект наружной рекламы (объект рекламы по выбору), соблюдая требования, предъявляемые к рекламе. Проведите в классе конкурс на лучший проект наружной рекламы.