



# Учимся делать рекламу



*Урок развития речи в 7а классе*

Автор: Степанова Мария Афанасьевна,  
Учитель русского языка и литературы



## Цели урока:



- *Познакомиться с особенностями языка рекламы;*
- *Научиться анализировать рекламные тесты;*
- *Составлять свои собственные рекламные тесты.*



## На рынке корову старик продавал

На рынке корову старик продавал,  
Никто за корову цены не давал.

Хоть многим была коровенка нужна,  
Но, видно, не нравилась людям она.

- Хозяин, продашь нам корову свою?
- Продам. Я с утра с ней на рынке стою!
- Не много ли просишь, старик, за нее?
- Да где наживаться! Вернуть бы свое!
- Уж больно твоя коровенка худа!
- Болеет, проклятая. Прямо беда!
- А много ль корова дает молока?
- Да мы молока не видали пока...

Весь день на базаре старик торговал,  
Никто за корову цены не давал.

Один паренек пожалел старика:

- Папаша, рука у тебя нелегка!

Я возле корову твоей постою,  
Авось продадим мы скотину твою.

Идет покупатель с тугим кошельком,  
И вот уж торгуется он с пареньком:

- Корову продашь?
- Покупай, коль богат. Корова, гляди, не корова, а клад!
- Да так ли? Уж выглядит больно худой!
- Не очень жирна, но хороший удой.
- А много ль корова дает молока?
- Не выдоишь за день – устанет рука.

Старик посмотрел на корову свою:

- Зачем я, Буренка, тебя продаю?

Корову свою не продам никому  
Такая корова - нужна самому!


*(С. Михалков)*

- Почему старику не удалось самому продать свою корову?
- А почему это удалось парню?
- Почему старик отказался продавать свою корову?







# Из истории рекламы



О рекламной практике речь идет уже в самых первых документах письменной истории. При раскопках на территории стран Средиземноморья археологи нашли вывески, извещающие о различных событиях и предложениях. Римляне расписывали стены объявлениями о гладиаторских боях, а финикийцы разрисовывали скалы по маршрутам разного рода шествий, всячески превознося в этих росписях свои товары. Все это предшественники современной наружной рекламы. Одна из настенных росписей в Помпее расхваливала политического деятеля и призывала людей отдать за него свои голоса.



Другую раннюю разновидность рекламы олицетворял собой городской глашатай.” Золотой век „ Древней Греции видел глашатаев, которые ходили по улицам Афин, возглашая о продаже рабов, скота и прочих товаров. Вот так звучала «рекламная песнь», предназначенная для древнего жителя Афин :



“Чтоб глаза сияли, чтоб алели щеки, чтоб надолго сохранилась девичья краса, разумная женщина будет покупать косметику по разумным ценам у Экслиптоса.”

# объекты рекламы:

- товары (лекарства, мебель, подарки, продукты, ювелирные изделия, одежда, косметика)
- услуги (ремонт, покраска, оклейка обоев, вызов няни и т.д.)
- зрелища (концерты, путешествия, выступление цирка, гастроли различных артистов, певцов, театров и т.д.)
- политические акции (выборы, митинги, демонстрации)



# Требование к рекламе -

*Максимум информации при  
минимуме слов.*

*Она должна быть грамотной,  
конкретной, убедительной,  
доходчивой, лаконичной,  
оригинальной.*





## Пользу или вред приносит реклама?

- реклама вызывает раздражение, т.к. прерывает интересные фильмы, передачи;
- телепередачи появляются только благодаря рекламе
- реклама несет информацию, необходимую потребителю, чтобы совершать покупки;
- реклама управляет потребителем и мешает ему сделать свободный выбор;
- для производителей (продавцов) реклама является средством продвижения товара (работы, услуги) на рынке ;
- поддерживает средства массовой информации;
- создает новые рабочие места ;
- реклама связана с рыночной экономикой



# Виды рекламы

Реклама бывает трех видов:

- 1) *Визуальная (зрительная) - газетные объявления и афиши, плакаты и листовки, этикетки и рекламные проспекты. (Смотрите на доске)*
- 2) *Аудиальная (слуховая) - на радио (рекламы на радио)*
- 3) *Аудио-визуальная (зрительно-слуховая) - на телевидении*







# СЛОВАРНАЯ РАБОТА

- **Реклама** — открытое оповещение потенциальных покупателей, потребителей о достоинствах, качестве, заслугах, преимуществах того или иного товара, услуги, фирмы – производителя или продавца с целью убедить купить
- **Реклама** (по словарю Ожегова) - 1 ).Оповещение различными способами для создания широкой известности кому-нибудь, чему-нибудь с целью привлечения потребителей, зрителей, пациентов и т.д. Торговая реклама, театральная. 2) Объявление с таким оповещением. Световая реклама.
- **Слоган** (англ.) – рекламный лозунг, короткая запоминающаяся фраза.
- **Рекламные слоганы** – у всех на слуху, и мы повторяем, напеваем и не можем забыть порой навязчивые строки. И это результат работы тех, кто создает рекламу, – рекламистов, или, как сейчас говорят, копирайтеров. Обратите внимание на термины.
- **Рекламист** – составитель рекламы.
- **Копирайтер** (от англ, *copyright* – авторское право) – составитель рекламных текстов, слоганов. именно этот товар, пользоваться услугами именно этой фирмы.

## СОСТАВНЫЕ ЧАСТИ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА:

- **ЛОЗУНГ** - рекламный лозунг - ударная строка в композиции, которая способна мгновенно восприниматься и запоминаться, она выделяет данный рекламный текст из других. Рекламный лозунг должен привлечь внимание к рекламе, быть кратким и обращенным непосредственно к читателю, содержать мысль, ударное слово, склоняющее к энергичным действиям; он должен сообщать лишь реальную информацию, побуждать к чтению рекламы, размещаться над основным текстом и выделяться шрифтом и цветом.
- **ЗАЧИН** - рекламный зачин - тесно связан с лозунгом, помогает понять выгоду, пользу предложения, обещает что-либо, сообщает нечто важное читателю, заставляет прочитать следующую часть текста.
- **ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ** - рекламный зачин тесно связан с лозунгом, помогает понять выгоду, пользу предложения, обещает что-либо, сообщает нечто важное читателю, заставляет прочитать следующую часть текста.
- **ЗАКЛЮЧЕНИЕ** - заключение должно закрепить основную мысль текста, рассеять сомнения, которые могут возникнуть у потребителя, окончательно убедить его в справедливости всего изложенного.



# ТИПЫ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ:

- **Информативный** - дается минимальная информация, основанная на прямых значениях слова. Такая реклама лишена образности и, как следствие, малоэффективна.

**ПРИМЕР:** «Мел МТД-2, кормовая известь. Гипс Г-5, различная фасовка.  
Тел ...

- **Логический** - основан на фактах, логических доводах, убедительной аргументации. минимум эмоционально-экспрессивной окраски.

**ПРИМЕР:** "Заменить набойку - дело нескольких минут. Но если вовремя не зайти в мастерскую, починить туфли будет намного сложнее. Адреса ... "

- **Образный** - основан на эмоционально-образных ассоциациях.

**ПРИМЕР:** "Хочешь пойти учиться? Это так просто! Курсы "Ешко" вам помогут! Тел.

- **Смешанный** - логический и эмоционально-образный элементы составляют единую стилистическую систему рекламного текста. Это наиболее эффективный тип рекламы.





# ЭТАПЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМЫ

- *Привлечь внимание потребителя.*
- *Заставить запомнить основную мысль рекламы.*
- *Убедить его в необходимости воспользоваться призывом рекламы.*
- *Прибегнуть к рекомендациям рекламы.*



## Составление рекламы

Попробуйте составить самостоятельно рекламную статью о фирме "Левша". Найдите в тексте крылатые выражения (фразеологизмы) и подчеркните их. Вспомните их значения.

«Несколько оставшихся без работы инженеров решили открыть собственное дело. **Не откладывая в долгий ящик**, зарегистрировали фирму "Левша", намекая на то, что им по силам и блоху подковать. Были они не любители в мутной воде рыбу ловить. Создать хотели не фирму-однодневку, которая пустит пыль в глаза, заморочит людям голову, обдерет как липку, оставит после себя филькины грамоты и под сурдинку канет в Лету. С такими надо держать ухо остро, чтобы не попасть впросак.

Нет. Наши знакомые во главу угла поставили профессионализм и честность. И хотя не раз повисал над фирмой дамоклов меч, и казалось, что дело табак, работали ребята, **засучив рукава**. Сейчас "Левша" в зените славы, **заткнув за пояс конкурентов**, пожинает заслуженные лавры, **являясь звездой первой величины в отечественном приборостроении**».



# Словарная работа:

- Сурдинка (под сурдинку) - тайком, втихомолку, незаметно.
- Филькина грамота - неправильно, неграмотно составленный документ. Ловить рыку в мутной воде - с выгодой для себя использовать доверчивость, неопытность, неурядицы.
- Пускать пыль в глаза - создавать видимость, хвастать, обманывать коголибо.
- Дамоклов меч - постоянно грозящая опасность.

Заморочить голову, обдирать как липку, держать ухо востро, попасть впросак, блоху подковать, откладывать в долгий ящик, кануть в Лету, засучив рукава, 'заткнув за пояс, пожинать лавры, звезда первой величины, дело табак.





# Вариант:

*Подковать блоху? Нет проблем! Для нас нет ничего невозможного. Работаем, засучив рукава! Профессионализм и честность во всём! Звезда первой величины в отечественном приборостроении фирма «Левша»!  
Контактные телефоны ...*



## Составление реклам из жизни класса, школы

Составьте рекламные тексты на актуальные темы жизни класса: реклама школьной столовой, любимого урока, спортивной секции и т.д. Используйте знания, полученные на уроке.

1. «Жан - Клод Ван Дамм, Сильвестр Сталлоне, Арнольд Шварценеггер ... Мечтаешь увидеть своё имя в этом списке?

Запишись в спортивную секцию бодибилдинга «Наше тело»! Обращаться к учителю физкультуры Жиркову Ивану Романовичу».

2. «Хочешь быть в гуще школьных событий? Первым узнавать новости школьной жизни? Запишись в студию «Репортёр».

3. «Вкусные рулеты, пироги, котлеты, обалденные каши! И это всё - ваше! Милости просим в школьную столовую!».

