Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение

«Средняя общеобразовательная школа №50 с углубленным изучением английского языка»

г.Перми

Маркетинг

**СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА И ПОДРОСТКИ**

Выполнила: уч-ся 6 а класса

Кончакова Анастасия

Пермь

2017 г.

1. **Ведение.**

Современный мир сложно вообразить без рекламы. Она сопровождает нас повсюду: стоит включить компьютер, TV или радио, выйти из дома на улицу, зайти в супермаркет или Интернет, сесть в транспорт, и все виды рекламы буквально обрушиваются на наши главные органы чувств.

Игнорировать рекламу невозможно, убежать от неё некуда, можно только смириться с ней или использовать ее.

Реклама — это информация, распространяемая различными способами с применением различных средств, адресованная широкому кругу лиц и с целью привлечения внимания к объекту рекламирования. Реклама поддерживает интерес к продукту и обеспечивает его продвижение на рынке.

**Роль рекламы в современном обществе**

* Экономическая (получение прибыли);
* Социальная (достижение общественно полезных целей);
* Политическая (формирование лояльности к системе управления обществом);
* Идеологическая (фактор, влияющий на становление и формирование мировоззрения человека);
* Психологическая (воздействует на желания и мечты покупателя, не взывая к его разуму);
* Образовательная. В процессе просмотра рекламы, а также внедрения новых технологий товаров и услуг, о которых она вещает, человек может почерпнуть для себя информацию абсолютно из всех сфер жизни (от причин появления налёта на плитке в ванной комнате до последних инновационных разработок в компьютерной технике);
* Эстетическая (культурная). Во многих рекламах очень качественно подобраны цвета, звуки, которые могут повлиять на человека, вызвав в нём желание реализовать рекламное предложение или хотя бы обратить на неё более пристальное внимание.

**Социальная реклама** – вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечение внимания к проблемам социума.

Основное предназначение социальной рекламы состоит в формировании нравственных цен­ностей. Коммерческая реклама стремится побудить потребителя совершить покупку, цель соци­альной рекламы — изменить отношение общественности к ка­кой-либо насущной социальной проблеме, создать новые социальные ценности.

**Задачи социальной рекламы:**

* информирование о социальных услугах;
* формирование общественного мнения;
* привлечение внимания к актуальным проблемам общест­венной жизни;
* формирование новых поведенческих установок (антиалко­гольная пропаганда, отказ от курения и др.);
* создание положительного имиджа государственных служб и некоммерческих организаций;
* формирование позитивного отношения к государственным структурам;
* демонстрация социальной ответственности бизнеса;
* укрепление социально значимых институтов гражданского общества;
* формирование новых типов общественных отношений;
* изменение поведенческой модели общества.

**Функции социальной рекламы:**

1. Коммуникационная функция 2. Информационная 3. Мотивационно-побудительная 4.Социализирующая функция 5. Идеологическая функция 6. Социоинтегративная функция

**Гипотеза исследования.**

Если подростки будут понимать значение социальной рекламы, будут обращать на нее внимание, то это повлияет положительным образом на их отношение к социально значимым вопросам.

**Цель:** Выяснить, насколько значима социальная реклама для подростков. Снять ролик с социальной рекламой.

**Задачи исследования:**

1. Изучить теорию вопроса.
2. Провести исследование (анкетирование школьников, их родителей, учителей).
3. На основе анализа анкет выявить знают ли подростки, что такое социальная реклама, значима ли она для подростков.
4. На основе анализа анкет взрослых, выявить, как старшее поколение относится к социальной рекламе.
5. Сравнить тематику современной социальной рекламы и советского периода.
6. Познакомится с Законом о рекламе.
7. На основе анализа выбрать тему наиболее актуальную для подростков и снять видеоролик.

**Объект исследования –** социальная реклама.

**Предмет исследования –** значение социальной рекламы для подростков.

1. **Практическая часть работы.**
2. Сравнение современной социальной рекламы и социальной рекламы советского периода.
3. Опрос старшего поколения (родители, учителя) о значении социальной рекламы (Какая социальная реклама вам известна (назвать тему)? Зачем она нужна? Где встречали социальную рекламу (СМИ, ТВ, Интернет)? Нужна ли подросткам социальная реклама? Какая тема социальной рекламы важна подросткам? Помните ли вы социальную рекламу в советское время, если – да, то какую?).
4. Опрос (анкетирование) школьников о необходимости, значении социальной рекламы (Что такое социальная реклама? Какая социальная реклама вам известна (назвать тему)? Зачем она нужна? Гдевстречали социальную рекламу (СМИ, ТВ, Интернет)?Нужна ли подросткам социальная реклама? Какая тема социальной рекламы важна подросткам?).
5. Провести сравнительный анализ отношения к социальной рекламе подростков и старшего поколения.
6. Провести демонстрацию социальной рекламы для одноклассников и провести опрос – отношение к просмотренным роликам.
7. Определить долю социальной рекламы на ТВ (один-два канала для подростков), в соц.сетях, во внешней рекламе (на одной из центральных улиц г.Перми), во внутренней рекламе (ТЦ «Семья», «Любимов», «Столица»). Темы социальной рекламы.
8. Познакомиться с законом «О рекламе» с целью соблюдения при создании рекламного ролика.
9. Создание рекламного ролика для размещения в Интернете.