

БӨЛІМ: ЖАЛПЫ РУБРИКА

Бәсеке. Жарнама

ЖАРИЯЛАНДЫ
15.08.2017СІЛТЕМЕ
<https://bilimger.kz/15942/>

АННОТАЦИЯ / АҢДАТПА

Алдонгарова Айгул Саясатовна

Сабақтың тақырыбы: Бәсеке. Жарнама

Сабақтың мақсаты:

1. Білімділік: оқушыларға жарнама, бәсеке туралы түсінік беру, экономикалық білімдерін жетілдіру
2. Тәрбиелік: Экономикалық тәрбиеге бағыттау
3. Дамытушылық: Ойлау, сөйлеу қабілеттерін дамыту

Сабақ түрі: жаңа сабақ

Сабақ әдісі: түсіндіру, баяндау

Құрал-жабдықтар: оқулықтар, постер, түрлі-түсті фломастерлер

I. Ұйымдастыру кезеңі

1. Сынып тазалығын тексеру
2. Оқушылармен сәлемдесу
3. Оқушыларды түгендеу
4. Сабақ барысын қадағалау

II. Жаңа білімді қалыптастыру

“Шындығында адам жарнамадағы хабарландыруды оқымайды, олар өзіне керек нәрсені іздейді, осы жағдайда жеткізген жарнама – нағыз жарнама болып саналады”.

Говард Госиди

Жарнама дегеніміз —тұтынушылардың тауарға, фирма қызметіне еген қызығушылығын арттыру мақсатындағы оларға арналған үндеу.

Жарнама қажет. Жарнама тұтынушыға қажет тауарын оңай табуға, ал өнім шығарушы мен сатушыға оны өткізуде көмек бере отырып капитал айналымын тездетеді. Жарнама сәтті жүргізілген сайын, өнім өткізу де кеңейе береді. Жарнама адам бойында жаңа қажеттіліктерді түртіп оятады. Түптеп келгенде жарнама арқасында өмірге жаңадан мамандықтар, кәсіпкер, кәсіпорындар, ынта мен идеялар келеді.

Кәсіпкер жақсы жарнама мен нашар жарнаманың арасын айыра білу керек, ал бұған алып баратын жолдың басы – жарнама жасаудың принциптерін білу.

Нені жарнамалауға болады?

- Белгілі тауарды (оның сыртқы түрін, қасиетін, бағасын, артықшылығын);
- Фирманы (қызметінің сипатын, көлемін, қызықтыратын жақтарын, сенімділігін);
- Идеяны (мүлікті сақтандыру, ақшаны акцияға салу);

Қызметті (тұсаукесер, көрме ұйымдастыру, төмендетілген бағамен сату және т.б.);

Жарнаманың өтірігі неде?

- Егер жарнамада орындалмайтын уәделер берілсе: “бұл дәріні ішсең баяғы жас қалпыңа келесің!”
- Қымбат тауарды арзан бағамен ұсынатын жарнамаға сеніп керегі жоқ.
- Кейде жарнама танымал адамдар, “жұлдыздар”, жастар табынатын тұлғаларды сөйлетіп қояды. Бұған сенуге болмайды, өйткені әлгі танымал тұлғаның жарнамадағы тауарды пайдаланатынына ешқандай айғақ жоқ.

Жарнаманың артықшылықтары:

- Жарнама тұтынушыларды нарықтағы артық баға, соңғы жетістіктер, қызмет көрсетулер туралы ақпаратпен жабдықтайды;
- Жарнама кейде бағаның арзандауына себеп болады;
- Жарнама бәсекені ынталандырады, бұл нарықтағы кімге болсын пайдалы;
- Жарнама жалпы алғанда тұтыну сұранымына серпін бере отырып, экономикаға пайда әкеледі, жарнама сұранымды қажет деңгейде ұстап тұруға көмектеседі;

Слоган дегеніміз сатылатын заттың қайталанбас қасиетін көрсетіп тұратын қысқа да нұсқа бейнелі сөз, девиз, нақыл.

Мысалы қазіргі таңдағы “Сникерс” шиколадының слоганы “Тоқтама, Сникерстен!”

