

Муниципальное общеобразовательное учреждение  
средняя общеобразовательная школа с. Большой Вяяс

## ПРОЕКТ

« Реклама продукции СППК « Колосок » »



Разработчики проекта - учащиеся 10 класса  
Руководитель проекта: учитель математики Герасин Н.М.

## **Цель проекта:**

- развитие у учащихся деловых качеств, креативности, гибкости, приверженности делу и умения работать в команде.
  - способствовать максимальной самореализации учащихся,
  - успешной социализации молодежи на региональном рынке труда.
- Задачи проекта:**
- - обучение школьников на базе реальной действительности, обеспечивая единство теории и практики;
  - - формирование у обучающихся компетенций, которые требуются обществу;
  - - становление и развитие активной и ответственной позиции ученика, самостоятельности в решении проблем;
  - - установление тесного взаимодействия школы, бизнеса, сообщества, обеспечивающее сознательное овладение учащимися базовыми навыками, целостным видением, социальной компетентностью, предпринимательским подходом к жизни, способностью к учёбе, готовностью успешно трудиться на благо своего региона, своей страны.
- формирование у учащихся знаний в области рентабельности и прибыльности производства и умений применять имеющиеся знания при организации малого бизнеса;
  - обучение школьников на базе реальной действительности, обеспечивая единство теории и практики;
  - формирование у обучающихся компетенций, которые требуются обществу;

## **Содержание проекта**

- 1. Анализ деятельности компании-ментора.**
- 2. Постановка и обоснование проблемы**
- 3. Предлагаемый вариант решения проблемы.**
- 4. Рабочий план реализации проекта**

**1. Анализ деятельности компании –ментора  
Сведения об СППК « Колосок»**



Организационно-правовая форма: потребительский кооператив.

Форма собственности: коллективная.

Место нахождения 442722, Россия, Пензенская область, Лунинский район, с.Лесной Вьяс, ул.Большая,д.1.

Основной вид деятельности: Животноводство.

Дополнительный вид деятельности: производство продуктов из мяса, мяса птицы, розничная торговля пищевыми продуктами, деятельность ресторанов и кафе, поставка продукции общественного питания.

Учредители кооператива:

Председатель: Кадиков Д.С.

Члены кооператива: Кадиков С.В.

Чураев И.И.

Чураева Н.М.

Огнянова Н.В.

Кулага В.В.

Соколова Л.В.

Цыганова М.Н.

Белохвостикова Н.А.

Техническое оснащение:





2 . При анализе работы СППК « Колосок», выявили отсутствие в рекламе производимой продукции и как следствие заниженная рентабельность.



### **Предлагаемый путь решения проблемы:**

Разработка рекламных плакатов,  
Буклетов,  
Красочной, привлекательной упаковки и этикеток производимого товара,  
Реализация товара через школьную столовую,  
Размещение рекламы в периодических изданиях

В жизни каждого из нас реклама занимает важное место. Она в значительной степени определяет образ и стиль жизни, неизбежно оказывает влияние на наши взгляды, отношение к себе и окружающему миру. Реклама показывает нам готовые формы поведения в той или иной ситуации. Определяет, что хорошо и что плохо. Мы покупаем то, что нам говорят или «советуют»

## **Классификация рекламы.**

Поскольку реклама представляет собой сложную продукцию, предназначенную для самых разных групп потребителей, и служит для реализации широкого диапазона, функций, то и классифицировать ее весьма не просто. Удалось разделить рекламу на восемь основных категорий.

По составу целевой аудитории – сильно-, средне-, и слабосегментированная. В данном случае следует пояснить, что сегментация – это разделение потребительской аудитории на сегменты по характерным социальным, профессиональным и прочим признакам. Чем специфичнее товар или услуга, тем уже сегмент аудитории, среди которой они могут быть прорекламированы.

По целевому воздействию – коммерческая (товарно-сервисная) и некоммерческая (политическая и социальная). Коммерческая реклама служит для создания, поддержания и наращивания спроса на определенные наименования продукции, создания наилучших условий для их реализации потребителям. Некоммерческая реклама может распространяться для привлечения внимания и создания на этой основе позитивного образа предпринимателя, предприятия, группы предприятий и даже целой отрасли.

По широте распространения – глобальная, общенациональная, региональная, местная. Глобальная реклама – это стремительное развитие процесса глобализации экономики в целом. Интерактивные видеосюжеты, транс мировое радио и спутниковое телевидение, все охватывающий Интернет, иные новейшие средства коммуникации. Три другие вида рекламы предназначены для «рекламной обработки» населения в границах отдельно взятого государства, области, штата, города, поселка, наконец, микрорайона или квартала.

По способу передачи – печатная, электронная, внешняя.

По способу исполнения – текстовая, визуальная, текстово - визуальная. Текстовая реклама подразделяется на простую и сложную, а визуальная на статистическую и динамическую. Простая текстовая реклама – обычное объявление. Сложная текстовая реклама включает в себя набор обязательных компонентов – заголовков, подзаголовков, основной текстовый модуль, слоган и т.п. Примером статистической рекламы может послужить соответствующее фотоизображение или рисунок, а динамической – видеоклип, компьютерная анимация.

По методу воздействия – прямая и косвенная. Прямая реклама – Это реклама, ставящая нас перед фактом: вот продукт, извольте приобрести. Цена такая-то, телефон такой-то... Косвенная реклама – явление иного рода. Она действует, почти что, на подсознательном уровне. И мы, не замечая того, поддаемся, впитывая рекламную информацию постепенно. (схема 1).



По способу обращения – безличная и персонифицированная. В последнем случае, ее олицетворяют собой известные личности, либо знатоки рекламируемого предмета, либо сами потребители – то есть как раз те, к кому обращена реклама.

По способу оплаты – платная и бесплатная. Бесплатная реклама встречается редко. В большинстве случаев это общественная или социальная реклама, не преследующая коммерческих целей.



### Рабочий план реализации проекта

№ п/п	Название мероприятия	Сроки
1	Сформировать группу учащихся	Сентябрь- октябрь
2	Теоретическое изучение способов рекламы	Ноябрь-декабрь
3	Реализация способов	Январь-март
4	Анализ результатов	Апрель -май

### Территория реализации проекта

Пензенская область Лунинский район с. Большой Вьяс ул. Пионерская,50 МОУ СОШ с.Большой Вьяс	Пензенская область Лунинский район с. Лесной Вьяс СППК « Колосок»
---	--