REKLAMA DŹWIGNIĄ HANDLU

TWORZYMY REKLAMĘ DLA KOOPERATYWY DŻEKA FULTONA

JĘZYK POLSKI

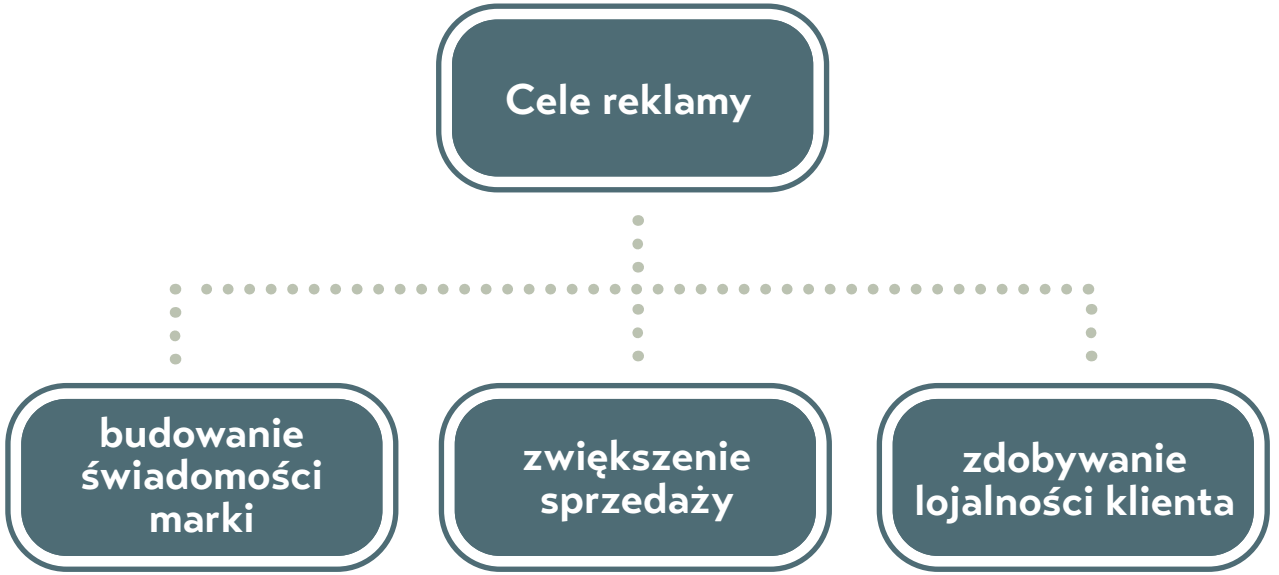
Ministerstwo Finansów
FUNDUSZ EDUKACJI FINANSOWEJ
WARSZAWSKI INSTYTUT BANKOWOŚCI

Sfinansowano ze środków Funduszu Edukacji Finansowej, którego dysponentem jest Minister Finansów i Gospodarki. Realizatorem Zadania jest Fundacja Warszawski Instytut Bankowości.

CZYM JEST REKLAMA?

W języku polskim wyraz **„reklama"** ma dwa znaczenia:

1. działania, które mają na celu skłonić ludzi do kupienia konkretnego produktu albo do skorzystania z określonej usługi,
2. baner, plakat, audycja, film itp., które służą do nakłonienia ludzi do kupna produktu lub skorzystania z usługi.



Zadanie: Reklama pełni trzy funkcje: informacyjną, przypominającą i nakłaniającą. W jaki sposób funkcje te łączą się z celami reklamy?

Ministerstwo Finansów

FUNDUSZ EDUKACJI FINANSOWEJ

WARSZAWSKI INSTYTUT BANKOWOŚCI

Sfinansowano ze środków Funduszu Edukacji Finansowej, którego dysponentem jest Minister Finansów i Gospodarki. Realizatorem Zadania jest Fundacja Warszawski Instytut Bankowości.

KIM JEST INFLUENCER?



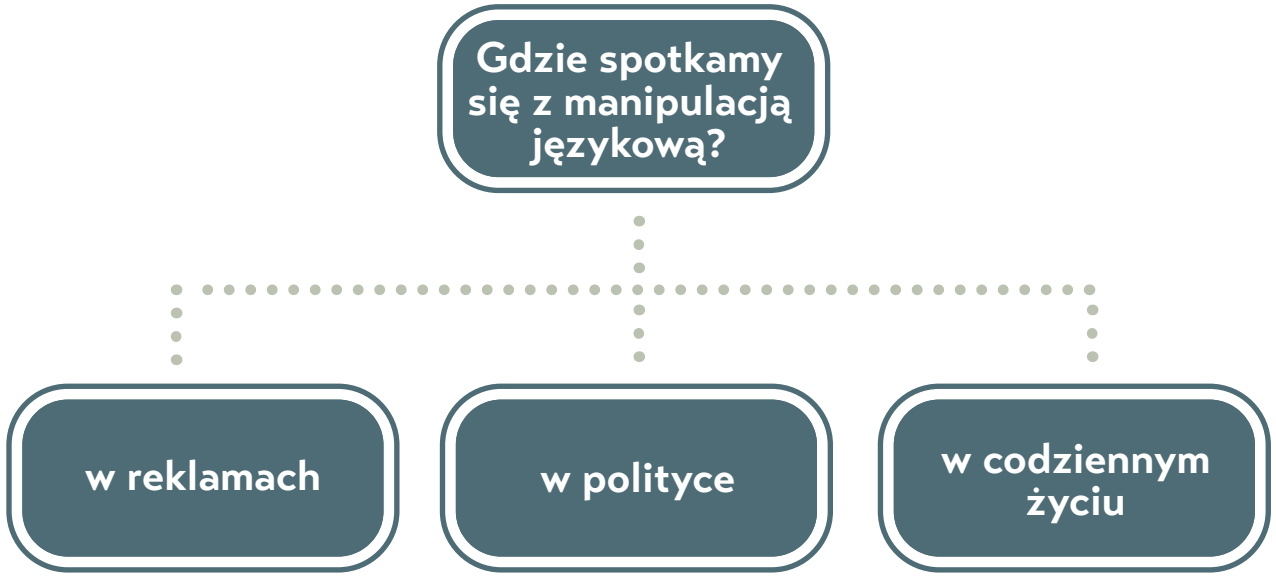
- **Influencer** to osoba, która cieszy się ogromną popularnością w social mediach i dzięki tej popularności może wywierać wpływ na swoich odbiorców.
- Influencerem może zostać praktycznie każdy, kto potrafi dotrzeć do odbiorców: ma coś ciekawego do powiedzenia, jest pasjonatem jakiejś dziedziny, potrafi dostarczyć rozrywki czy mówić w zajmujący sposób i jest w tym wszystkim autentyczny.
- Influencer buduje wokół siebie grono wiernych odbiorców, którzy często traktują go jako autorytet. Jednak należy pamiętać, że nie każdy influencer jest ekspertem w danej dziedzinie. Dlatego często zdarza się, że influencerzy wypowiadający się na tematy, w których nie są specjalistami, przekazują nie do końca prawdziwe, niesprawdzone lub przestarzałe informacje.
- Influencerzy mogą być związani z firmami, które płacą im za reklamę, tworzenie materiałów na firmowe kanały czy bycie ambasadorem określonej marki. Bardzo często firmy wysyłają influencerom rzeczy do testowania przed kamerą (np. ubrania, kosmetyki, zabawki). Niekiedy jednak treść reklamy jest związana z treściami przekazywanymi przez influencera, tak że trudno jest ją od nich odróżnić.

Ministerstwo Finansów
FUNDUSZ EDUKACJI FINANSOWEJ
WARSZAWSKI INSTYTUT BANKOWOŚCI

Sfinansowano ze środków Funduszu Edukacji Finansowej, którego dysponentem jest Minister Finansów i Gospodarki. Realizatorem Zadania jest Fundacja Warszawski Instytut Bankowości.

CZYM JEST MANIPULACJA JĘZYKOWA?

Manipulacja językowa to takie sformułowanie wypowiedzi, aby wpływała ona w ukryty sposób na działania i poglądy odbiorcy. Manipulację językową uważa się za nieuczciwy sposób postępowania, ponieważ nie przekazuje ona wprost zamierzeń nadawcy wypowiedzi.



Ministerstwo Finansów
FUNDUSZ EDUKACJI FINANSOWEJ
WARSZAWSKI INSTYTUT BANKOWOŚCI

Sfinansowano ze środków Funduszu Edukacji Finansowej, którego dysponentem jest Minister Finansów i Gospodarki. Realizatorem Zadania jest Fundacja Warszawski Instytut Bankowości.

PRZYKŁADY JĘZYKOWYCH ŚRODKÓW MANIPULACJI

- Używanie zdań uogólniających, np. „Większość Polaków uważa, że...", „Nikt nie oprze się tej pokusie...".
- Używanie 1 os. lm, np. „Po prostu tam jedziemy", „Musimy to zrobić!".
- Stosowanie sformułowań, które schlebiają odbiorcy, np. „Jesteś taki mądry, na pewno więc zrozumiesz, że...".
- Stosowanie wyrazów i sformułowań nacechowanych emocjonalnie oraz wykrzyknień, np. „Wspaniała biel!", „Światu grozi katastrofa!".
- Wykorzystywanie hiperbol, np. „Masz olbrzymi problem", „To sukces na miarę stulecia".
- Używanie słownictwa wartościującego, np. „Doskonały smak!", „Nowy, lepszy...".
- Tworzenie sformułowań, których znaczenie nie jest do końca jasne dla odbiorcy, np. „Ulepszona formuła kremu sprawia, że...".

Ministerstwo Finansów
FUNDUSZ EDUKACJI FINANSOWEJ
WARSZAWSKI INSTYTUT BANKOWOŚCI

Sfinansowano ze środków Funduszu Edukacji Finansowej, którego dysponentem jest Minister Finansów i Gospodarki. Realizatorem Zadania jest Fundacja Warszawski Instytut Bankowości.

CO WPŁYWA NA NASZE DECYZJE?

Zadanie: Dopasujcie opisy sytuacji (1–4) do odpowiednich zachowań wymienionych poniżej (A–D).

A. brak pewności siebie
B. lęk przed wypadnięciem z obiegu
C. zachowanie stadne
D. za duża pewność siebie

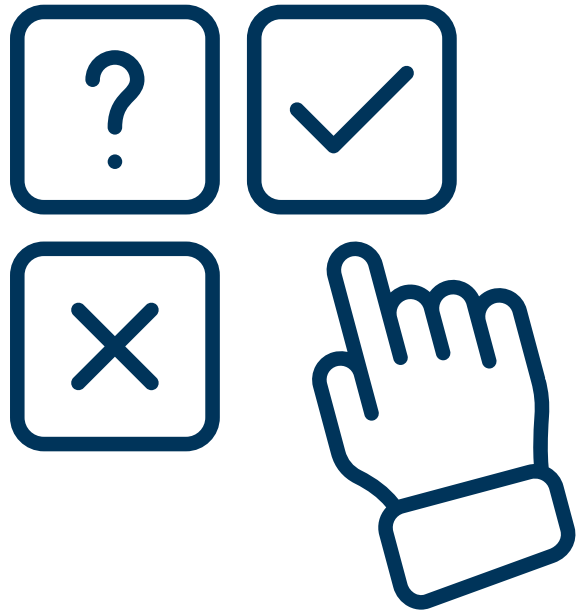
1. Oliwia bardzo chciała mieć własną hulajnogę. Nie dlatego, że lubiła na niej jeździć, ale dlatego, że wszystkie jej koleżanki miały hulajnogi i dzięki temu robiły sobie wspólne wyprawy. Bez hulajnogi Oliwia nie mogła jeździć razem z nimi, bała się więc, że wkrótce nie będzie miała o czym z koleżankami rozmawiać.

2. Tomek chciał kupić pewną grę, ale nie miał pieniędzy. Był jednak przekonany, że na urodziny dostanie 100 zł od wujka. Dlatego przekonał kolegę, aby mu pożyczył pieniądze. Niestety, w tym roku wujek Tomka nie przesłał mu 100 zł. Tomek miał więc dług u kolegi i nie wiedział, jak go spłacić.

Ministerstwo Finansów
FUNDUSZ EDUKACJI FINANSOWEJ
WARSZAWSKI INSTYTUT BANKOWOŚCI

Sfinansowano ze środków Funduszu Edukacji Finansowej, którego dysponentem jest Minister Finansów i Gospodarki. Realizatorem Zadania jest Fundacja Warszawski Instytut Bankowości.

CO WPŁYWA NA NASZE DECYZJE?



3. W poniedziałek w internecie miała pojawić się najnowsza płyta znanego zespołu młodzieżowego. W klasie Zuzi słuchali go niemal wszyscy, więc Zuzia także kupiła tę płytę, mimo że w zasadzie nawet nie przepadała za tym zespołem. Martwiła się jednak, że jeżeli będzie inna od pozostałych, to koledzy i koleżanki zaczną się z niej śmiać.

4. Krzysiek chciał zmienić fryzurę na taką, którą widział w internecie. Jednak fryzjerowi ta fryzura się nie podobała i zaproponował chłopcu coś innego. Fryzjer mówił bardzo dużo i bardzo głośno, a Krzysiek bał się mu przerywać. Zgodził się w końcu na propozycję fryzjera, ale po wyjściu od niego był nieszczęśliwy, ponieważ źle się czuł w nowej fryzurze.

Sfinansowano ze środków Funduszu Edukacji Finansowej, którego dysponentem jest Minister Finansów i Gospodarki. Realizatorem Zadania jest Fundacja Warszawski Instytut Bankowości.

CZYM JEST ETYKA JĘZYKOWA?



Etyka językowa to zasady dotyczące zachowań i postaw, których powinniśmy przestrzegać podczas rozmowy czy w korespondencji.

Zachowujemy się zgodnie z etyką językową, jeżeli:

- mówimy prawdę,
- szczerze wyrażamy swoje zdanie,
- rozmawiamy kulturalnie, z szacunkiem i życzliwością dla rozmówcy,
- słuchamy cierpliwie tego, co rozmówca ma nam do powiedzenia.

Naruszamy etykę językową m.in. wtedy, gdy:

- kłamiemy,
- manipulujemy rozmową,
- zachowujemy się niekulturalnie, używamy wulgaryzmów, jesteśmy agresywni,
- obrażamy rozmówcę,
- nie słuchamy, co rozmówca ma do powiedzenia i narzucamy mu własne zdanie.

Ministerstwo Finansów
FUNDUSZ EDUKACJI FINANSOWEJ
WARSZAWSKI INSTYTUT BANKOWOŚCI

Sfinansowano ze środków Funduszu Edukacji Finansowej, którego dysponentem jest Minister Finansów i Gospodarki. Realizatorem Zadania jest Fundacja Warszawski Instytut Bankowości.

ELEMENTY, KTÓRE TRZEBA UWZGLĘDNIĆ PRZY TWORZENIU PLAKATU REKLAMOWEGO

1. Krótkie, chwytliwe hasło.
2. Informacje o tym, co się reklamuje.
3. Miejsce, gdzie można to nabyć lub z tego skorzystać.
4. Czas, w którym można to zrobić.
5. Dane kontaktowe.
6. Logo firmy.
7. Przejrzysty układ.
8. Atrakcyjną szatę graficzną.



Ministerstwo Finansów
FUNDUSZ EDUKACJI FINANSOWEJ
WARSZAWSKI INSTYTUT BANKOWOŚCI

Sfinansowano ze środków Funduszu Edukacji Finansowej, którego dysponentem jest Minister Finansów i Gospodarki. Realizatorem Zadania jest Fundacja Warszawski Instytut Bankowości.

REKLAMA DŹWIGNIĄ HANDLU

TWORZYMY REKLAMĘ DLA KOOPERATYWY DŻEKA FULTONA



DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ

Ministerstwo Finansów

FUNDUSZ EDUKACJI FINANSOWEJ

WARSZAWSKI INSTYTUT BANKOWOŚCI

Sfinansowano ze środków Funduszu Edukacji Finansowej, którego dysponentem jest Minister Finansów i Gospodarki. Realizatorem Zadania jest Fundacja Warszawski Instytut Bankowości.