Wady i zalety wybranych noÅ›nikÃ³w reklamy...

"Wady i zalety wybranych noÅ›ników reklamy decydujÄ…ce o sukcesie bÄ…dÅº poraÅ¼ce prowadzonej kampanii reklamowej"

POLICEALNE STUDIUM ZAWODOWE
Technik obsÅ‚ugi turystycznej
NYSA

KONSPEKT LEKCJI
prowadzonej wg Planu DaltoÅ„skiego

Przedmiot: ObsÅ‚uga ruchu turystycznego
Klasa : I PSZ
Temat : " Wady i zalety wybranych noÅ›ników reklamy decydujÄ…ce o sukcesie bÄ…dÅº poraÅ¼ce prowadzonej kampanii reklamowej".

1.CELE LEKCJI :
Po zakoÅ„czonej lekcji ucze Å„ powinien :
1/ znaÄ‡: moÅ¼liwoÅ›ci wykorzystania w ich przyszÅ‚ej pracy zawodowej poszczególnych noÅ›ników reklamy, zw wszystkim uwagÄ™ na wady i zalety poszczególnych noÅ›ników;
2/ wiedzieÄ‡ : Å¼e obecnie sukces na rynku turystycznym zależy od prawidÅ‚owo prowadzonej kampani reklamowej czego wyrazem jest wybór najbardziej efektywnych noÅ›ników reklamy o wÅ‚aÅ›ciwym zasiÄ™gu oddziaÅ‚ywania;
3/ umieÄ‡ : zastosowaÄ‡ zasady etyki zawodowej przy prowadzeniu kampani reklamowej tzn.kierujemy siÄ™ zasad „nie dÄ…Å¼ymy do sprzedaÅ¼y produktu za wszelkÄ… cenÄ™ a promujÄ…c nasz produkt jesteÅ›my przekonani o jeg wysokiej jakoÅ›ci.”
2.METODA :
a/ pogadanka majÄ…ca na celu wprowadzenie uczniów do rozwiÄ…zania problemu
b/ plan DaltoÅ„ski
3. POMOCE DYDAKTYCZNE:
· gazety codzienne, czasopisma z przykÅ‚adami reklam turystycznych;
· kaseta wideo z przykÅ‚adami telewizyjnych spotów reklamowych;
· kaseta magnetofonowa z przykÅ‚adami radiowych spotów reklamowych;
· katalogi , plakaty turystyczne, gadÅ¼ety reklamowe
· cennik reklam turystycznych
· sÅ‚owniki, encyklopedie turystyczne wyjaÅ›niajÄ…ce podstawowe pojÄ™cia
4. Czas trwania : 3 godz. lekcyjne

5.TOK LEKCJI :
1/ CzynnoÅ›ci org.-porzÄ…dkowe:
- sprawdzenie obecnoÅ›ci

2/ Kontrola stopnia przyswojenia materiaÅ‚u przedstawionego uczniom na poprzedniej lekcji:
a/ Analiza maksymy pionera reklamy amerykaÅ„skiej Nathaniela C. Fowlera :
" CzÅ‚owiek, który wiedziaÅ‚by dokÅ‚adnie jak siÄ™ reklamowaÄ‡, jeszcze siÄ™ nie narodziÅ‚. Ludzie , którzy sÄ…dzÄ…, Å¼e wiedzÄ… jak to robiÄ‡ rodzÄ… siÄ™ z prÄ™dkoÅ›ciÄ… stu na minutÄ™."
b/ Co to jest reklama turystyki ?
c/ Dlaczego jest ona obecnie tak waÅ¼na w branÅ¼y turystycznej ?
d/ Jakie funkcje peÅ‚ni reklama w turystyce ?
e/ Co jest treÅ›ciÄ… reklamy ?
f/ Jakie znasz noÅ›niki reklamy ?
g/ Od czego zależy wybór noÅ›nika reklamy ?

3/ Podanie tematu lekcji :

Wady i zalety wybranych noÅ›ników reklamy decydujÄ…ce o sukcesiebÄ…dÅº poraÅ¼ce prowadzonej kampani reklamowej

Kampanie reklamowe przynoszÄ… najlepsze efekty gdy sÄ… prowadzone na szerokÄ… skalÄ™, przy uÅ¼yciu Å›rodków o wÅ zasiÄ™gu oddziaÅ‚ywania. Jak wskazujÄ…
liczne doÅ›wiadczenia skutecznoÅ›Ä‡ reklamy jest tym wiÄ™ksza im czÄ™Å›ciej i na wiÄ™cej sposobów " atakuje " siÄ™ Å›wiadomoÅ›Ä‡ potencjalnego nabywcy za pomocÄ… róÅ¼nych form i noÅ›ników reklamy.
4/ WyjaÅ›nienie zasad planu DaltoÅ„skiego

Po omówieniu w formie pogadanki i zaprezentowaniu kaÅ¼dego noÅ›nika reklamy uczniowie sami podejmujÄ… decyzjÄ™ na jakim poziomie chcÄ… pracowaÄ‡. PracujÄ… w czasie bloku 3 godzinnego nad danym problemem samodzielnie zgodnie z wÅ‚asnymi moÅ¼liwoÅ›ciami i po upÅ‚ywie czasu przeznaczonego na pracÄ™ oddajÄ… zadania do oceny. Nauczyciel w czasie pracy uczniów peÅ‚ni rolÄ™ doradczÄ… – naprowadzajÄ…cÄ… na prawidÅ‚owy tok pracy.
Pogadanka wyjaÅ›niajÄ…ca zasady funkcjonowania i prezentujÄ…ca poszczególne noÅ›niki reklamy
1. Reklama prasowa.
Na caÅ‚ym Å›wiecie prasa jest obecnie najwaÅ¼niejszym medium reklamowym
a reklamy prasowe stanowiÄ… okoÅ‚o 50 % ogóÅ‚u wydatków na reklamÄ™ w turystyce
Pod pojÄ™ciem prasa rozumiemy jednak:
-prasÄ™ codziennÄ… (dzienniki) - wÅ›ród której wyróÅ¼niamy:
a/ gazety ogólnopolskie np. Gazeta Wyborcza, którÄ… czyta ok. 6 mln
Polaków - umoÅ¼liwia dotarcie do duÅ¼ych grup czytelników
b/ gazety regionalne np. Nowiny Nyskie, Nowa Trybuna Opolska itp.
na danym obszarze docierajÄ… do zdecydowanej wiÄ™kszoÅ›ci gospodarstw domowych;
Prezentacja przykÅ‚adowych reklam prasowych.
- CZASOPISMA
a/ spoÅ‚eczno-polityczne, kobiece, mÅ‚odzieÅ¼owe
b/ specjalistyczne (Rynek turystyczny, Turystyka i NowoczesnoÅ›Ä‡)
Prezentacja przykÅ‚adowych reklam w czasopismach.

2. Reklama telewizyjna - pogadanka
PodstawowÄ… rolÄ™ w reklamie telewizyjnej odgrywa obraz i to on gÅ‚ównie
wyzwala emocje u widzów. Z noÅ›nika tego mogÄ… skorzystaÄ‡ przedsiÄ™biorstwa
dysponujÄ…ce olbrzymim budÅ¼etem i obsÅ‚ugujÄ…ce rynek kraj.
Prezentacja przykÅ‚adowych reklam telewizyjnych.

3. Reklama kinowa
Ma wiele wspólnego z reklamÄ… telewizyjnÄ…, lecz róÅ¼ni siÄ™ wielkoÅ›ciÄ…
ekranu, przez co robi na widzach wiÄ™ksze wraÅ¼enie niÅ¼ reklama telewizyjna.
OglÄ…dajÄ…c jÄ… nie mamy moÅ¼liwoÅ›ci przeÅ‚Ä…czenia kanaÅ‚u.

4. Reklama radiowa
Podstawowym "budulcem " reklamy radiowej jest sÅ‚owo mówione,obok którego mogÄ… wystÄ…piÄ‡ efekty dÅºwiÄ™kowe, pozwalajÄ…ce okreÅ›liÄ‡ sceneriÄ™ w której rozgrywa siÄ™ reklama.Pozwala dotrzeÄ‡ do tych segmentów rynku które odznaczaÅ‚abÄ… intensywnoÅ›ciÄ… oglÄ…dania telewizji. Dociera do konsumentów, którzy jadÄ… samochodem.
Prezentacja przykÅ‚adowych reklam radiowych.

5. Reklama pocztowa
Efektowna forma dotarcia do nowych grup klientów, dajÄ…ca moÅ¼liwoÅ›ci zapre-
zentowania w sposób atrakcyjny i kompleksowy oferty (broszury, katalogi)
O sukcesie przesÅ‚anych tÄ… drogÄ… ofert decyduje w znacznym stopniu posiadanie dobrej listy adresowej (np. lista uczestników wycieczki która juÅ¼ siÄ™ odbyÅ‚a)

6. Reklama zewnÄ™trzna
Do tej formy reklamy zaliczane sÄ…: plakaty, afisze, tablice, kasetony Å›wietlne
reklama ruchoma na Å›rodkach transportu.Reklama plakatowa musi zaskakiwaÄ‡
uderzaÄ‡, po zetkniÄ™ciu z niÄ… reakcja konsumenta musi byÄ‡ natychmiastowa -
Å›miech , zdziwienie, zÅ‚oÅ›Ä‡.
Prezentacja przykÅ‚adowych reklam zewnÄ™trznych - plakat.

7. Inne formy reklamy (reklama wystawiennicza, gadÅ¼ety reklamowe)
Prezentacja gadÅ¼etów reklamowych.

PrzydziaÅ‚ zadaÅ„ z obsÅ‚ugi ruchu turystycznego dla uczniów I PSZ technik obsÅ‚ugi turystycznej wg planu daltoÅ„skiego do lekcji :

Wady i zalety wybranych noÅ›ników reklamy decydujÄ…ce o sukcesie
bÄ…dÅº poraÅ¼ce prowadzonej kampani reklamowej

Na ocenÄ™ dopuszczajÄ…cÄ… :
Przygotuj notatkÄ™ w której zaprezentujesz wady i zalety noÅ›ników reklamy
(wybranych 4)
Przygotuj hasÅ‚o na plakat reklamowy BP KLON-TOUR

Na ocenÄ™ dostatecznÄ… :
Przygotuj notatkÄ™ w której zaprezentujesz wady i zalety noÅ›ników reklamy
(wybranych 5)
Zaproponuj scenkÄ™ reklamowÄ… w reklamie telewizyjnej dotyczÄ…cÄ…
Biura PodróÅ¼y KLON-TOUR

Na ocenÄ™ dobrÄ… :
Przygotuj notatkÄ™ w której zaprezentujesz wady i zalety noÅ›ników reklamy
(wybranych 6)
RozwiÄ…Å¼ zadanie nr 1
Zaproponuj hasÅ‚o reklamowe w reklamie prasowej dotyczÄ…ce Biura PodróÅ¼y KLON-TOUR oraz scenkÄ™ reklamowÄ… w
reklamie telewizyjnej

Na ocenÄ™ bardzo dobrÄ… :
Przygotuj notatkÄ™ w której zaprezentujesz wady i zalety noÅ›ników reklamy
(wybranych 7)
RozwiÄ…Å¼ zadanie nr 1
Zaproponuj hasÅ‚o reklamowe w reklamie telewizyjnej , prasowej, radiowej dotyczÄ…ce Biura PodróÅ¼y KLON-TOUR oraz
scenkÄ™ reklamowÄ… w reklamie telewizyjnej

Na ocenÄ™ celujÄ…cÄ… :
Przygotuj notatkÄ™ w której zaprezentujesz wady i zalety noÅ›ników reklamy
(wszystkich 8)
RozwiÄ…Å¼ zadanie nr 1
Zaproponuj kampaniÄ™ reklamowÄ… dla Biura PodróÅ¼y Klon – Tour (rodzaje noÅ›ników – przykÅ‚ady haseÅ‚,
kampanii biorÄ…c pod uwagÄ™ ograniczone moÅ¼liwoÅ›ci finansowe Biura)
Zadanie 1
PrzygotowaÅ‚eÅ› perfekcyjnie imprezÄ™ turystycznÄ… zagranicznÄ… wyjazdowÄ….
Chcesz aby wyjazdy doszÅ‚y do skutku i cieszyÅ‚y siÄ™ powodzeniem, wiÄ™c organizujesz duÅ¼Ä… kampaniÄ™ reklamowÄ…
wykorzystujÄ…c kilka noÅ›ników reklamy. W czasie emisji ogÅ‚oszeÅ„ reklamowych otrzymujesz fax od kontrahenta
zagranicznego informujÄ…cy CiÄ™ o zmianie kategorii zarezerwowanego hotelu z trzy na dwu gwiazdkowy i o obniÅ¼eniu
ceny Å›wiadczeÅ„
noclegowych. Zdajesz sobie sprawÄ™ Å¼e w ten sposób ucierpi komfort twoich klientów. Co w tej sytuacji robisz ?
a/ przerywasz kampaniÄ™ reklamowÄ… i organizujesz nowÄ… imprezÄ™ z solidnym kontrahentem
b/ kampania reklamowa trwa nadal a ty sprzedajesz swojÄ… imprezÄ™ w przekonaniu Å¼e klient nie zorientuje siÄ™ w
niÅ¼szym standarcie usÅ‚ug noclegowych równoczeÅ›nie cieszysz siÄ™ z dodatkowo wygospodarowanego zysku na niÅ¼szej
kategorii hotelu, który zabierasz dla siebie
c/ jeÅ¼eli Å¼aden z wariantów Ci nie odpowiada zaproponuj swój !
OdpowiedÅº uzasadnij !

Uczniowie wybierajÄ… adekwatny do wÅ‚asnych moÅ¼liwoÅ›ci poziom i rozpoczynajÄ… pracÄ™.
Po upÅ‚ywie przydzielonego czasu nastÄ™puje prezentacja poszczególnych prac i dyskusja na proponowanymi rozwiÄ…zanian

Jak powinny wyglÄ…daÄ‡ ich rozwiÄ…zania :
1. Reklama prasowa.
Zalety :
- duÅ¼a czÄ™stotliwoÅ›Ä‡ publikacji
- szeroki odbiór z powodu duÅ¼ej liczby czytelników
- dobre pokrycie informacjÄ… okreÅ›lonego obszaru
- duÅ¼a szybkoÅ›Ä‡ przekazu informacji
- relatywnie niskie koszty, które malejÄ… wraz ze zwiÄ™kszeniem liczby publikacji
- moÅ¼liwoÅ›Ä‡ wprowadzenia tzw. pomostów reklamowych umoÅ¼liwiajÄ…cych szybkie reakcje konsumentów
Wady :
- zagubienie reklamy turystycznej w nawale innych reklam
- niska jakoÅ›Ä‡ obrazu wizualnego
- sÅ‚aba jakoÅ›Ä‡ reprodukcji ilustracji, powoduje, Å¼e zdjÄ™cia sÄ… najczÄ™Å›ciej zastÄ™powane rysunkami
- niemoÅ¼noÅ›Ä‡ dotarcia tÄ… drogÄ… do mÅ‚odzieÅ¼y
- CZASOPISMA
a/ spoÅ‚eczno-polityczne, kobiece, mÅ‚odzieÅ¼owe
b/ specjalistyczne (Rynek turystyczny, Turystyka i NowoczesnoÅ›Ä‡)
Zalety:
- moÅ¼liwoÅ›Ä‡ dotarcia do okreÅ›lonego segmentu czytelników - przykÅ‚adem mogÄ… byÄ‡ czasopisma specjalistyczne
- wysoka jakoÅ›Ä‡ wydania, dobra jakoÅ›Ä‡ reprodukcji kolorowych zdjÄ™Ä‡
- dÅ‚ugi okres przechowywania magazynu co daje moÅ¼liwoÅ›Ä‡ kilkakrotnego obejrzenia zamieszczonej reklamy
Wady

- w przeliczeniu na jednego czytelnika jest to najdroÅ¼sza forma reklamy
- dÅ‚ugi termin przygotowywania do druku
2. Reklama telewizyjna
Zalety :
- jest oglÄ…dana przez najbardziej masowÄ… widowniÄ™
- stosujÄ…c obraz i kolor moÅ¼e najwierniej przekazaÄ‡ walory krajobrazu
Wady:
- wysokie koszty
- ograniczenie moÅ¼liwoÅ›ci selekcji odbiorców
- czasowe ograniczenie przekazu
- "ulotnoÅ›Ä‡ reklamy " - reklamowe migawki sÄ… równie szybko oglÄ…dane jak i zapominane
- dÅ‚ugi czas produkcji i wprowadzania ogÅ‚oszeÅ„ reklamowych
- trudnoÅ›Ä‡ reagowania odbiorców reklamy
- " nataczywoÅ›Ä‡ " reklamy - widz czÄ™sto traktuje jÄ… jako zÅ‚o konieczne, przerwÄ™ na reklamy wykorzystuje czÄ™sto na sobie herbaty
3. Reklama kinowa
Ma wiele wspólnego z reklamÄ… telewizyjnÄ…, lecz róÅ¼ni siÄ™ wielkoÅ›ciÄ… ekranu, przez co robi na widzach wiÄ™ksze wraÅ¼enie niÅ¼ reklama telewizyjna.
OglÄ…dajÄ…c jÄ… nie mamy moÅ¼liwoÅ›ci przeÅ‚Ä…czenia kanaÅ‚u.
4. Reklama radiowa
Zalety :
- moÅ¼liwoÅ›Ä‡ wkomponowania ogÅ‚oszenia w audycjÄ™ popularnÄ… wÅ›ród docelowego segmentu
- stosunkowo niskie koszty dotarcia do potencjalnych klientów
- szybkoÅ›Ä‡ wprowadzenia na antenÄ™ , maÅ‚o czasochÅ‚onna
Wady
- migawkowoÅ›Ä‡, trudnoÅ›Ä‡ reagowania odbiorców reklamy
- wiÄ™kszoÅ›Ä‡ osób szybciej zapamiÄ™tuje reklamy wizualne, stÄ…d niebezpieczeÅ„stwo, Å¼e nawet dobry komunikat moÅ umknÄ…Ä‡ uwadze sÅ‚uchaczy
- ograniczona moÅ¼liwoÅ›Ä‡ zawarcia róÅ¼nych informacji o firmie
5. Reklama pocztowa
Zalety :
- dociera do konkretnego segmentu
- rzadko wykorzystywana w Polsce co powoduje, Å¼e klienci nie sÄ… niÄ… znudzeni
Wady:
- istnieje moÅ¼liwoÅ›Ä‡,Å¼e adresat nie zapozna siÄ™ z ofertÄ…
6. Reklama zewnÄ™trzna
Zalety:
- moÅ¼liwoÅ›Ä‡ wielokrotnego kontaktu z reklamÄ…
- relatywnie niskie koszty
Wady:
- lokalny charakter reklamy
- niemoÅ¼noÅ›Ä‡ selekcji odbiorców
7. Inne formy reklamy (reklama wystawiennicza, gadÅ¼ety reklamowe)
Zalety:
- moÅ¼liwoÅ›Ä‡ umieszczania wielu szczegóÅ‚owych informacji o firmie
- dÅ‚ugi okres kontaktu z klientami (gadÅ¼ety)
Wady:
- ograniczone grono odbiorców