Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/esse/305363

Тип работы: Эссе

Предмет: Коммуникационные технологии

нет

Еще со школьной скамьи мы слышали и хорошо запомнили эту фразу: «реклама – двигатель торговли», толком еще не представляя, что это такое. Но примитивного этого понимания, казалось, нам достаточно, чтобы иметь полное представление о рекламе. Уже потом, когда реклама сделалась искусством, с любопытством наблюдали ее по телевизору, ругаясь, чертыхаясь, но постепенно привыкая на нее не реагировать.
Рекламы большинство людей не любят. Они ей не доверяют, как и бизнесу в целом, считая, что все тут строится на обмане. Недоверие это настолько велико, что засело уже где-то на генетическом уровне. И в то же время – вот парадокс – если какой товар не рекламируется, нам кажется, что товар этот плох, так как он не удостоился рекламы. Необъяснимо, но факт. Отвергая, мы, тем не менее, реагируем на рекламы и делаем то, чего реклама и добивается – совершаем свой выбор, хотя первоначально имели совсем другие предпочтения. Есть, конечно люди, которые никакой рекламе не доверяют, они ее ненавидят, объявили войну, и умышлено отказываются покупать те товары, которые рекламируются. Но если посмотреть спустя какое-то время, то мы с удивлением обнаружим, что эти люди вдруг как-то незаметно, но стали покупать то, что отвергали всеми фибрами своей души. Такое вот чудовищное воздействие может иметь правильно организованная реклама.
Люди старшего поколения помнят смех в зале, когда на экранах кинотеатров пробовали рекламировать тот или иной товар или услугу. Смешно людям было оттого, как глупо и нелепо реклама была сделана. Тогда в Советском Союзе рекламу делать еще не умели, понимая, что она нужна, пробовали что-то снимать, но получался полный ужас. Советские люди, не избалованный на то время образцами коммерческой рекламы, тем не менее понимали, что им показывают полную туфту, другое слово тут трудно подобрать, насколько все было безобразно.
Но постепенно все изменилось. Стало понятно, что реклама – это серьезный труд, который требует профессионального к нему отношения, труд на уровне искусства, и даже выше, потому что схалтурить нельзя – слишком большие убытки можно поиметь. Именно перемены стали диктовать свои жесткие правила рекламы. Смешно было рекламировать то, что существует в единственном экземпляре, и чем все вынуждены пользоваться каждодневно. Вот почему нелепо смотрелись в Советском Союзе рекламы «Летайте самолетами Аэрофлота», будто ест другие компании, которыми можно было летать. Но времена те канули в Лету.

нет

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/esse/305363