



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Označení materiálu: VY_32_INOVACE_RUMJI_TELOCVIK_15

Název materiálu: Komerční reklama

Tematická oblast: Tělesná výchova – 1. ročník

Anotace: Reklama je fenoménem doby. Je dobré třídit a poznávat druhy reklam. Cílem práce je vytvořit podpůrný didaktický materiál, přiměřeně odborný, pro výuku žáků na úrovni SOU.

Očekávaný výstup: Žáci se orientují (v rámci možností) ve světě reklamy. Poznají neetickou reklamu. Poznají agresivní klamavou reklamu.

Klíčová slova :

Metodika: Slouží jako podklad pro žáky k procvičování v návaznosti na předcházející výklad. Lze rozeslat žákům elektronicky či elektronicky prezentovat ve výuce.

Obor: žáci SOU

Ročník: 1.

Autor: Bc. Ruml Jiří

Zpracováno dne: 20. 8. 2013

Prohlašuji, že při tvorbě výukového materiálu jsem respektoval(a) všeobecně užívané právní a morální zvyklosti, autorská a jiná práva třetích osob, zejména práva duševního vlastnictví (např. práva k obchodní firmě, autorská práva k software, k filmovým, hudebním a fotografickým dílům nebo práva k ochranným známkám) dle zákona 121/2000 Sb. (autorský zákon). Nesu veškerou právní odpovědnost za obsah a původ svého díla.

KOMERČNÍ REKLAMA

Reklama je fenoménem dnešní doby. Její původ sahá až ke vzniku obchodu jako takového. Od svého vzniku prošla mnoha změnami a dnes již prostupuje téměř vším.

Slouží jako jeden z nejsilnějších nástrojů k manipulaci a ovládnání lidí.

Reklama je možná stará jako samo lidstvo či od vzniku obchodování. Ve svých prvopočátcích ovšem existovala pouze v grafické podobě: Stále ještě se s touto formou reklamy můžeme setkat na tržištích, kde jeden obchodník přes druhého ukazuje obraz předmětu a vychvaluje své zboží. Reklama v ústní psané podobě samozřejmě přichází později.

První písemný záznam o reklamě se dochoval na hliněné tabulce, kterou archeologové objevili v Egyptě, v místě bývalého starověkého královského města

Memfis.

Stojí na ní: *„Zde žiji já, Rinos z Kypru z milosti bohů obdařený uměním vyložit neomylně každý sen.“*

Jde tedy o první – i když skromný – čtyři tisíce let starý billboard

CE JE VLASTNĚ REKLAMA ?

Reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířené zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky.

S vynálezem knihtisku vzniká tištěná reklama, od té doby jsou známy letáky a tištěné inzeráty, i když samozřejmě neměly dnešní podobu.

Průmyslová revoluce zahájila období, kdy se reklama začíná vyvíjet taková, jakou ji známe dnes. Výrobky průmyslových podniků potřebovaly odbyt a v roce 1841 vzniká v USA první profesionální reklamní agentura.

Reklamy z **První republiky** jsou dokladem toho, že s rozmachem sdělovacích prostředků, zvláště pak **novin**, rostl i objem reklamy.

Do reklamy se řadí i označování firemních budov či prodejen pomocí nápisů či vývěsních štítů. Patří sem též různé reklamní poutače , stojany, tabule či billboardy a zařízení v místě prodeje (dnes například stále častěji používané LCD obrazovky přehrávající v prodejně dokola reklamní spoty).

CO JE CÍL REKLAMY

tvorba zisku

tvorba silné značky

zvýšení poptávky

posílení pozice na trhu

zlepšování pověsti firmy – pozitivní

image

motivace vlastních pracovníků

rozšíření distribuční sítě

JAKÝ JE ÚČEL REKLAMY

Informativní reklama

(informuje o nových produktech, akcích,...)

Přesvědčovací reklama

(dává důraz na značku, podněcuje zákazníky k rychlé koupi)

Připomínací reklama

(připomíná, kde si určitý výrobek mohou zákazníci koupit, nebo do kdy si ho mohou koupit)

Reklama na důležité věci

(jako např. na třídění odpadků)

Novým fenoménem je reklama internetová

Internetovou reklamou se rozumí přilákat na své webové stránky co nejvíce návštěvníků.

Nejvíce používanou metodou, jak tohoto docílit, je : **Bannerová reklama** –

v praxi vypadá takhle



Reklama, aby zapůsobila na co nejvíce lidí, by měla být zpracována co nejjednodušší srozumitelnou formou pro danou cílovou skupinu.

Pracuje se společenskými hodnotami, které využívá a také formuje ve svůj prospěch. Reklamy se snaží o změnu názoru spotřebitele na daný výrobek, tím mění jeho chování a jeho hodnoty.

Televizní reklama je nejúčinnější, má totiž nejvýznamnější vliv na příjemce.

Obsahuje jak obrazovou, tak zvukovou složku, čímž působí na více smyslů najednou.

Reklama především nesmí být klamavá, skrytá, podprahová či v rozporu s *dobrými mravy*.

Nesmí podporovat chování poškozující *zdraví* nebo ohrožující bezpečnost osob nebo majetku, jakož i jednání poškozující zájmy na ochranu životního *prostředí*.

Nesmí propagovat výrobky či služby, které jsou zakázané.

Zvláštní podmínky se vztahují
na reklamu uvádějící zvláštní
nabídku, reklamu zaměřenou na
mládež do 18 let.

tabákové výrobky

alkoholické nápoje

léčiva

střelné zbraně a střelivo

pohřebnictví

ČASTO SE SETKÁVÁME S KLAMAVOU REKLAMOU

Zákon č. 40/1995 Sb.

Je zákon o kontrole a regulaci reklamy

Regulace reklamy tak představuje specifický režim regulace každého informačního působení profesionálních obchodníků ve společnosti a na společnost jako takovou

Metody klamavé reklamy

- **Reklama navozuje, že bez koupě zboží můžete utrpět vážnou újmu vy, nebo vaše děti.**
- Reklama proklamuje vlastnosti, které výrobek nemá nebo mít nemůže.
- **Reálné složení výrobku neodpovídá složení uvedenému na obalu.**
- Vyobrazení na obalu výrobku naprosto neodpovídá obsahu balení

PŘES VŠECHNA NEGATIVA

Má každý z nás právo na informace. I reklama je vlastně jejich nositelem. Přináší informace o zlepšení kvality zboží a služeb, o nových produktech či službách, udržuje v povědomí značku firmy, a tím také zvyšuje možnosti výběru pro spotřebitele.

Příjem z reklamy rovněž zajišťuje chod médií, sportovních klubů, neziskových organizací apod.

Použité zdroje :

<http://cs.wikipedia.org/wiki/Reklama>