学生活动

第十课

广告的影响

实用理财技巧

受用终生

姓名: _____ 日期：_____

什么吸引你?什么不吸引你?

说明

收集你喜欢和不喜欢的的广告实例，同时关注电视广告、在线广告以及商业广告。如果可能的话，把这些视频带到课堂上。特别地，相对于广告中未经证实的表述，要多注意广告中的事实。

当你完成收集广告实例,回答下面的问题。

1. 对于你所收集的广告，你喜欢其中的什么?

2. 对于你所收集的广告，你不喜欢其中的什么?

3. 对于你看过的电视或在线商业广告，你喜欢其中的什么?

4. 对于你看过的电视或在线商业广告，你不喜欢其中的什么?

姓名: _____ 日期：_____

具有欺骗性或误导性的广告实例

说明

把你认为具有欺骗性或有误导性的印刷广告带到课堂上，并在教室周围贴上这些广告。

1. 描述一个具有欺骗性或误导性的广告的实例。

2. 列出你最喜欢的广告中使用的具有欺骗性或误导性的技巧，以及所满足的客户需求。

3. 列出你最不喜欢的广告中使用的具有欺骗性或误导性的技巧，以及所满足的客户需求。

4. 消费者可以采取什么行动来规避这些欺骗?

姓名: _____ 日期：_____

你喜欢和不喜欢的广告都使用了哪些技巧？

在你谈论各种广告诉求和技巧之后，回答以下有关你最喜欢的广告和你最喜欢的电视或者在线商业广告的问题。

1. 描述你最喜欢的广告。

2. 你最喜欢的广告中使用了什么广告技巧和诉求?

3. 描述你最喜欢的电视或者在线商业广告。

4. 你最喜欢的电视或者在线商业广告中使用了什么广告技巧和诉求?

姓名: _____ 日期：_____

尝试 - 做一个商业广告

说明

分组，每个小组负责研究一种产品或服务。

为你们小组被指定或选择的产品或服务准备一个广告。当准备你们的商业广告时，一定要使用课堂上讨论的一些广告技巧和诉求。接下来，每组向班级展示其商业广告。展示结束时，准备好回答下列问题。

1. 你想把产品或服务卖给谁？

2. 你使用了哪些具体的技巧和/或诉求来卖你的产品？

3. 你使用的任何技巧或诉求具有欺骗性或误导性吗？

姓名: _____ 日期：_____

测试你的广告知识

在划线处，填入下方表述内容所对应的广告技巧或诉求的对应字母。

a) 加入团伙
b) 英雄代言
c) 未完成的比较
d) 独立性
e) “快速致富”
f) 利用恐惧和疑虑
g) 身体吸引力
h) 消极优先购买权
i) 信用修复
j) 数字化的声称
k) 保证
l) 廉价吸引力
m) 有科学依据的声称
n) 感染性的短语和口号

1. ____今天返还这张卡片,开始每个月收到三张 CD。任何时候,如果你决定不再要 CD，十天内归还即可。

2. ____如果你是能够自己思考和行动的那种人,驾驶我们的汽车吧，你会相信你买不到比这更平稳的车。

3. _____我们承诺你的新电池能够持续使用一生，否则退钱。

4. _____清洁剂对油脂和污渍的去除效果更好。

5. _____四分之三的牙医推荐这种牙膏。

6. _____每个人都使用这个产品。你为什么不呢？

7. _____价格美好，时间有限！所以现在买吧,因为你不会再看到这样的价格了。

8. _____经过一流医生的多年研究,我们研制了这一药丸。餐前一小时服用，你就可以吃任何想吃的东西而没有增重的烦恼。

9. _____你发现自己无意识地唱着商业广告中的曲子。

10._____如果著名的运动员先生/女士穿这种类型的内衣,难道你不应该穿吗?

11._____只要喷我们的古龙香水,你再也不会独自一人度过星期六!

12._____在你的家里工作,兼职,每周最多赚 10,000 美元。

13._____无论你的信用多么不好,花费少量费用,我们可以帮助你得到你一直想要的汽车或货车。

14. ____我们完整的家庭课程,配套补充的录像带和工作笔记,旨在增加你获得更好成绩的机会，无论哪门课程。

测试你的广告知识(接上文)

在提供的空白处回答以下问题

15. 解释并举例说明“诱导转向法”广告技巧。

16. 解释并举例说明“超市特价“广告技巧。

17. 解释并举例说明使用“有科学依据的声称”的广告。

18. 解释并举例说明使用“廉价吸引力”的广告。

19. 列出三种方法来发现节目长度的商业广告。

20. 如果你从节目长度的商业广告中买东西，列出两件你可以做的事情，以保护自己。

姓名: _____ 日期：_____

第十课测验：广告的影响

对-错题

1. _____广告中的“未完成的比较”会给消费者提供不完整的信息。

2. _____缺货的广告特价被认为是一种不道德的技巧。

3. _____由于向信贷困境中的消费者做出了承诺，信用修复服务广告可能会误导消费者。

4. _____专题广告片是一种类型的“诱导转向法”。

5. _____购买者对商业广告中的产品所做出的评论，通常能够提供有用的信息。

选择题

6. ____使用著名人物所做的广告是_____广告技巧的例子。

A.同辈认可

B.未完成的比较

C.身份

D.英雄代言

7. ___书籍、磁带和音乐 CD 在销售中通常使用:

A.感知的对比

B.数字化的声称

C.未完成的比较

D.消极优先购买权

8.____是一个不道德行为的例子。

A. 专题广告片

B.断章取义的引用

C.在家工作的机会

D.比较广告里的定价

9.____一个节目长度的商业广告通常被称为:

A. “诱导转向法”

B.感知的对比

C.专题广告片

D.行动保证

10.____广告里最有用的信息是:

A.价格

B.产品用户的评论

C.产品配件的列表

D.来自名人的代言

案例应用

最近的电视节目和商业广告提供一种烹饪的新方法，可以省钱、减少脂肪，并改善风味。看起来这个烹饪设备真的很不错。一个人在花钱买这种产品之前，应该采取什么行动？