

Таблиця 1

Попович Оксана Іванівна	
Прикарпатський національний університет ім.Василя Стефаника	
1. Тема плакату	Профілактика абортів у молодіжному середовищі.
2. Проблема , на вирішення якої спрямований цей плакат	Плакат спрямований на вирішення проблеми поширення абортів серед молоді.
3. Мета даного плакату	Пропаганда життя як найвищої цінності, формування у молоді відповідального ставлення до свого майбутнього.
4. Цільова аудиторія , на яку розрахований цей плакат	Старший підлітковий та юнацький вік.
5. Місця розповсюдження даного плакату.	Парки відпочинку, громадські місця.де молодь проводить дозвілля, популярні журнали, які читає молоде покоління, сайти інтернету.які найчастіше відвідують молоді люди.
6. Актуальні потреби цільової аудиторії	Підлітки переживають час захоплень, закоханості, що приносить як позитивні так і негативні наслідки.
7. Основна ідея плакату.	Порівняння двох епох, де зацентровано увагу на найжахливіших явищах , породжених часом-війна та аборт.
8. Основні методи та прийоми рекламного впливу ,які використані в ньому.	У плакаті використано метод впливу на емоційну сферу особистості, прямого заклику до перетворення ціннісних орієнтацій у поведінку. Ми посліговувалися прийомам активного впливу, що намагалися передати через поєднання форм та кольорів. Слоган ми виконали в червоному кольорі , оскільки він викликає тривогу і бажання діяти.Задум скомпоновано у формі кола жовтого кольору,що символізує сонце, а також світло, тепло і життя. Фоном слугує грізне небо. Зображене у чорно-сірих тонах, кольорах неспокою, відчаю, смутку. Свічка у нашій рекламі виступає символом скорботи і пам'яті.
9. Механізми дії закладеної в рекламну продукцію інформації.	Наш плакат здійснює когнітивний та поведінковий вплив на споживача. Перший полягає у передачі інформації про негативні наслідки Другої світової війни та абортів, яких ми називаємо третьої світової війни, а другий доповнюючи його , закликає молодь не повторити помилок .
10. Очікувані результати від використання даного зразка рекламної продукції.	Від використання даного зразка рекламної продукції ми очікуємо підвищення рівня свідомості молоді та її ціннісних орієнтацій, а основне-зменшення кількості абортів і відповідно до цього –збільшення кількості подарованих життів.