

教师手册

第十课



---

广告的影响

实用理财技巧

受用终生

## 广告的影响 互联网

---



如今，我们的生活被广告和消息狂轰滥炸。在复杂且有时混乱的消费者信息和选择中，学生需要合理、切实地决定他们的金钱。

本节课的相关链接和资源，请访问：

**[practicalmoneyskills.com/teens/10](https://practicalmoneyskills.com/teens/10)**

# 广告的影响 课程大纲

---

## 概述

在如今的现代社会中,我们所看之处似乎都是广告:网络,电视,广告牌,杂志,报纸,公交车,购物车,甚至手机。

此外,一些形式的广告具有潜移默化的影响,例如影片中策略性放置的苏打水罐。我们作为消费者,情不自禁地被它们影响和操纵。在这节课中,学生将了解到用于影响消费者行为的各种广告技巧和诉求。

警告必须响起。本节课会讨论不道德的销售技巧,如“诱导转向法”,以及常见的欺骗性促销如“快速致富计划”。紧接着,节目长度的商业广告(也叫“专题广告片”)的相关信息也会被讨论到。

最后,学生会被要求制定一些用于查看和评价广告的指南。这个技能将帮助他们在非常复杂的和不断发展的市场中做出理性的决定。

## 目标

识别广告技巧是如何及时影响购买决策的。

## 课程目标

- 理解并识别基本的广告技巧和广告诉求
- 理解并识别欺骗性的或可疑的广告技巧
- 举出常见的误导广告实例,并在每个实例中,识别出具有欺骗性或可疑的广告诉求和技巧。
- 在印刷广告和电视广告里区分事实和未经证实的表述



## 幻灯片目录

- 10-A 常用的广告技巧
- 10-B 销售技巧
- 10-C 非道德手段
- 10-D 误导广告的例子
- 10-E 节目式广告(电视购物)
- 10-F 广告的评价规则

# 广告的影响 课程大纲

---

## 学生活动

### 10-1 什么吸引你?什么不吸引你?

■ 本节课的前两周,让学生收集他们喜欢和不喜欢的广告实例。同时让学生们关注电视和网络广告。

- 让学生特别注意广告中的事实和未经证实的表述。
- 让学生在教室周围贴上印刷广告。
- 针对学生已经收集的或观看的广告,讨论他们喜欢什么和不喜欢什么。

### 10-2 具有欺骗性或误导性的广告实例

- 让学生寻找他们认为具有欺骗性或有误导性的广告并带到课堂上。
- 让学生在教室周围贴上他们收集的印刷广告。
- 讨论每个广告中用到的具有欺骗性或误导性的技巧和诉求。

### 10-3 运用在广告中的技巧,你喜欢什么和不喜欢什么?

- 讨论贴在教室周围的印刷广告使用的技巧和诉求。
- 如果你有电视商业广告的例子,讨论从中找到的广告技巧和诉求。

### 10-4 尝试——做一个商业广告

■ 把班级分成组。让每一组研究一个产品或服务。

■ 请每一组为其产品或服务准备一个“商业广告”,使用一些在课堂上讨论的技巧和诉求。

- 让每组向整个班级呈现其商业广告。让班级确定每组使用的诉求和技巧。
- 回顾本节课已经讨论过的识别各种广告技巧和诉求的方法。
- 强调如何发现事实和未经证实的表述之间的区别。

### 10-5 测试你的广告知识

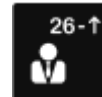
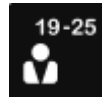
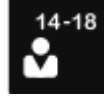
让学生完成有关各种广告技巧的书面活动。

### 10-6 第十课 测验

更多信息,参见附录。

# 广告的影响 目标群体

## 第十课 适合不同目标群体的学习活动



活动	青少年 ( 14-18 )	年轻人 ( 19-25 )	成年人 ( 26+ )
学生活动 10-1	●	●	
调查/访谈	●	●	●
实地活动	●	●	
学生活动 10-2	●	●	
网络活动	●	●	●
学生活动 10-3	●	●	
小组活动	●	●	●
学生活动 10-4	●	●	
学生活动 10-5	●	●	●
第十课 测验 10-6	●	●	●

# 广告的影响 教学笔记

## 什么吸引你?什么不吸引你?

### 1. 印刷广告

- 例子(来自学生带来的广告)
- 你喜欢什么?
- 你不喜欢什么?
- 你会购买这种产品或服务吗?

### 2. 电视广告

- 例子(来自学生带来的广告)
- 你喜欢什么?
- 你不喜欢什么?
- 你会购买这种产品或服务吗?

### 3.其他(如：在线/电子邮件广告,广告牌,广播)

- 例子(来自学生带来的广告)
- 你喜欢什么?
- 你不喜欢什么?
- 你会购买这种产品或服务吗?

## 讨论



### 学生活动 10-1



### 调查/访谈：



让学生和几个朋友或亲戚谈谈，以获取他们使用广告的相关信息。

**问题可能包括：**  
广告帮你获得价格信息了吗？  
你最常看到打广告的品牌是什么？

## 常见的广告技巧和广告诉求

针对每种方法,讨论它是什么,并从学生带来的广告中找一个例子。同时讨论哪种技巧对于青少年来说往往是最有效的。

- 1.信息
2. 身份
3. 同辈认可
4. 英雄代言
5. 对他人的身体吸引力
6. 娱乐
7. 智商
8. 独立性
9. 未完成的比较

## 讨论



### 实地活动



让学生收集来自报纸杂志或影片的不同广告技巧的例子

### 幻灯片 10A



# 广告的影响 教学笔记

## 销售技巧

针对每个技巧,讨论它是什么,并从学生带来的广告中找一个例子。同时讨论哪种技巧对于青少年来说往往是最有效的。

1. 保证
2. 稀缺性
3. 感知对比
4. 科学的或数字化的声称
5. 消极优先购买权

讨论



幻灯片 10-B



## 非道德手段

针对每种方法,讨论它是什么,并从学生带来的广告中找一个例子。同时讨论哪种技巧对于青少年来说往往是最有效的。

1. “诱导转向法”
2. 利用恐惧和疑虑
3. 潜意识广告
4. 夸张描述

讨论



学生活动 10-2



幻灯片 10-C



## 常见的误导性广告

针对每一种广告类型,讨论它是什么及它倾向于使用的技巧,并寻找其在广告中出现的征兆。

1. “快速致富”计划
2. 医疗欺诈行为
3. 信用修复
4. 产品虚假表述

讨论



网络活动:



去 [fraud.org](http://fraud.org) 获得常见的欺骗消费者的信息

幻灯片 10-D











## 哪些技巧吸引你?

学生活动 10-3



# 广告的影响 教学笔记

<p><b>节目式广告(电视购物)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 它们是什么？</li> <li>2. 如何取识别它们？</li> <li>3. 使用的诉求和技巧</li> </ol>	<p>讨论</p>  <p>幻灯片 10-E</p> 
<p><b>评估广告的基本规则</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 广告感染你的情绪吗?尽量将你的虚荣心搁置一旁，找出广告中有关产品或服务真正说出的(或者没有说的)信息。</li> <li>2. 这个产品的特点是什么?你需要那些特点吗?</li> <li>3. 搜索广告中的欺诈和骗术。</li> <li>4. 提防误导性的广告(那些关于产品或服务不合理的表述)</li> <li>5. 仔细阅读细则或倾听。</li> </ol>	<p>讨论</p>  <p>小组活动</p>  <p>让学生设计一种评价广告有用性的方式。</p> <p>幻灯片 10-F</p> 
<p><b>尝试——做一个商业广告！</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 小组项目</li> <li>2. 班级展示</li> <li>3. 班级讨论</li> </ol>	<p>学生活动 10-4</p> 
<p><b>测试你的广告知识</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 书面测验</li> </ol>	<p>学生活动 10-5</p> 
<p><b>第十课 测验</b></p>	<p>测验 10-6</p> 





## 测试你的广告知识 习题答案

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

1. h 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. d 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. k 我们承诺你的新电池能够持续使用一生,否则退钱。
4. c 清洁剂对油脂和污渍的去除效果更好。
5. j 四分之三的牙医推荐这种牙膏。
6. a 每个人都使用这个产品。你为什么不用呢?
7. l 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. m 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. n 你发现自己无意识地唱着商业广告中的曲子。
10. b 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. g 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. e 在你的家里工作,兼职,每周最多赚 10,000 美元。
13. i 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. f 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 知识习题

---

### 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。

通过给便宜货打广告诱惑你进入商店。一旦进入，你会得知这一商品是买不到的。然后店家会展示给你一个更高质量的类似产品，但价格更贵。

16. 解释并举例说明“超市特价”广告技巧。

广告产品要么缺货，要么消费者无法以广告价格购买。

17. 解释并举例说明使用“有科学依据的声称”的广告。

在没有法律所要求的证据的情况下，广告做出的“有科学依据”的声称。

18. 解释并举例说明使用“廉价吸引力”的广告。

人们倾向于买便宜货。但大部分所谓的“便宜货”根本不是真正的便宜。

19. 列出三种方法来发现节目式的商业广告。

寻找类似于节目内容的商业广告。

检查赞助商身份。

警惕声称这一产品比其他产品“更好”的节目。

20. 如果你从节目式广告中买东西，列出两件你可以做的事情，以保护自己。

使用信用卡来支付商品。

通过邮件订购或支付。



## 第十课测验：广告的影响 习题答案

### 对-错题

1. t 广告中的“未完成的比较”会给消费者提供不完整的信息。
2. t 缺货的广告特价被认为是一种不道德的技巧。
3. t 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. f 电视购物是一种类型的“诱导转向法”。
5. f 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. D 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. D 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. B 是一个不道德行为的例子。  
A. 电视购物  
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. C 一个节目式广告通常被称为：  
A. “诱导转向法”  
B. 感知的对比  
C. 电视购物  
D. 行动保证
10. A 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？*购买之前，应该进行几种类型的研究。联系当地或州消费者机构，确定是否有人对公司进行过投诉。跟买过这个商品或类似商品的人聊一聊。搜集图书馆研究或互联网研究以获取额外的信息。*