

## Влияние возрастных характеристик на восприятие рекламных инструментов

Научный руководитель – Павлов Давид Павлович

*Зябликова Мария Андреевна*

*E-mail: mary0424@mail.ru*

<p>В современном мире реклама прочно вошла в жизнь людей, это ставит перед маркетологами задачи по выработке более эффективных методов продвижения своих товаров и услуг. Одним из таких решений является - учет возрастных характеристик разных групп потребителей. Моя гипотеза стоит в следующей формулировке: на детей в возрасте 7-11 лет большее воздействие имеют цветные решения, в то время как на молодежь (16-18) большее влияние оказывает создаваемый рекламой целостный образ. Смена интересов у школьников происходит в подростковом возрасте (13-14 лет). Мой ход работы: • Проанализировать имеющиеся исследования в данной области. • Выбрать рекламные видеоролики для исследования. • Провести исследование влияния рекламных видеороликов на детей, подростков и молодежь. • Провести анализ полученных данных. • Подтвердить или опровергнуть гипотезу. В исследовании я буду использовать метод тестирования. Каждая группа будет смотреть несколько одинаковых видеороликов, которые направлены на аудиторию разного возраста. Далее участники исследования ответят на вопросы в анкете. После анализа данных я смогу подтвердить или опровергнуть существование зависимости эффективности влияния рекламных инструментов от возраста целевой аудитории. Ожидаемый результат: подтвердить существование зависимости эффективности влияния рекламных инструментов от возраста целевой аудитории. Список литературы: Фролов Дмитрий <https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2017/07/25/161174.phtml> Мустафина Екатерина Олеговна <https://cyberleninka.ru/search?q=Мустафина>