

Научный руководитель – Е. Н. Бедретдинова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

ВЕРБАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ВИД СОВРЕМЕННОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Реклама стала неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Любой, кто смотрит телевизор, слушает радио, приобретает печатные издания или просто выходит на улицу, автоматически пополняет многочисленные ряды ее потребителей. Каждый из нас может просто выразить свое отношение к рекламе на уровне «нравится – не нравится». Некоторые рекламные тексты действительно помогают не растеряться в многообразии товаров и услуг и сделать правильный выбор.

Причина в том, что создатели интересной и «полезной» рекламы ориентируются на качество рекламного обращения. Одним из перспективных и действенных направлений современной маркетинговой деятельности является вербальная реклама. Суть вербальной рекламы в том, чтобы составить грамотно построенный текст, производящий именно то впечатление, которое желательно, и имеющий высокую степень воздействия. Технология вербальной рекламы включает суггестивную лингвистику, речевые паттерны, рефрейминг и словообразование.

Суггестивная лингвистика – это направление психолингвистики, которое объясняет воздействие языка на подсознание и методы осознанного воздействия на него при помощи специального построения текстов. Путем внушения можно вызывать ощущения, представления, эмоциональные состояния и волевые побуждения без активного участия личности, без логической переработки воспринимаемого. Такой прием использует Альфа-Банк, их слоган: «Банк для успешных людей!».

Речевые паттерны – это особая организация построения фраз, используемая в целях манипуляции сознанием, с помощью которой можно добиться не критичности их восприятия. К речевым паттернам относятся, например, трюизмы (нормативные утверждения), они используются в слоганах компаний «Савушкин продукт» («Всегда из свежего молока»), «Белтелеком» («Белтелеком – на связи с миром!») и Gefest («Готовить – одно удовольствие!»).

Рефрейминг – широкое поле для изменения оценки, манипуляции смыслом, в рамках которого профессионалы имеют возможность разрушать старые и создавать новые установки (такая техника вербального рефрейминга называется «раскрутка убеждений»), т. е. по сути – это изменение контекста. Так как смысл любого высказывания зависит от контекста, путем изменения контекста можно добиться изменения значения любого слова, утверждения или опыта. Перефразируя, непрерывно менять смысл одних и тех же вещей, явлений столько раз, сколько потребуется. Например, легко можно представить скупость как бережливость, грубость как правдивость, истеричность как эмоциональность.

Словообразование. Приемы словообразования активно используются в рекламе для привлечения внимания потребителей. Они, как правило, приносят оригинальность и юмор в рекламу и способствуют хорошему запоминанию. Самыми распространенными приемами словообразования в тексте рекламы являются: каламбурное столкновение близких по звучанию основ, выявление внутренней формы слов; внедрение названия рекламируемого продукта непосредственно в сам слоган; непосредственно образование новых слов для обозначения товара; сокращения и аббревиатуры.

Технология вербальной рекламы приоткрывает возможности работы с рекламоносителем по имени «молва» – самым желанным и самым трудным. Технологии, основанные на принципах психолингвистики и психосемантики, уже много лет используются в СМИ. Их несомненным преимуществом является незаметность взгляду непрофессионала.

А. А. Лаппалайнен

Научный руководитель – Е. Н. Бедретдинова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ (на примере ЧП «Санаторий имени Ленина»)

Маркетинг в здравоохранении – это система принципов, методов и мер, базирующихся на комплексном изучении спроса потребителя и целенаправленном формировании предложений медицинских услуг производителем.

Санаторно-курортный маркетинг представляет собой концепцию управления санаторно-курортной организацией, предполагающей всестороннее изучение потребностей клиентов в курортном лечении и отдыхе для наиболее полного их удовлетворения путем комплексных усилий по производству, реализации и продвижению санаторно-курортного продукта на конкурентном рынке с целью получения прибыли и достижения других целей организацией.

ЧП «Санаторий имени Ленина» предлагает широкий спектр медицинских услуг:

- **лечебные:** ванны, подводный душ-массаж с аэромассажем, физиотерапия 20 видов, грязелечение (сапропели), кишечные процедуры, ручной массаж, антицеллюлитный массаж, инфракрасная сауна, сухая углекислая ванна, механический массаж на кушетке с элементами мануальной терапии, аквааэробика, ингаляции, спелеотерапия, ароматерапия, лечение венозных и лимфатических заболеваний, гирудотерапия, рефлексотерапия, фитосвечи, комплексное лечение бесплодия, сколиоза позвоночника, ночного энуреза, программы по коррекции веса и омоложению кожи лица и шеи, стоун-терапия, криогенная процедура для ног, лечебные и косметические обертывания (13 видов), СПА-капсула;

- **диагностические:** УЗИ щитовидной железы, органов брюшной полости, почек, органов малого таза, молочной железы, предстательной железы, сердца, коленных суставов. Лабораторные исследования; исследования центрального и периферического кровообращения (РЭГ, ЦГД, РВГ); ЭКГ;