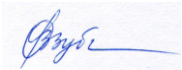




УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора Ур СЭИ
(филиал) ОУП ВО «АТиСО» по УВР

 О.В. Зубкова

« 25» марта 2025 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

МДК.04.03. ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

**СПЕЦИАЛЬНОСТЬ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ**

42.02.01 Реклама
(код профессии, специальности СПО)

Специалист по рекламе
(наименование квалификации)

Кафедра: экономики

Разработчики программы:

Старший преподаватель кафедры экономики И.В. Рогозина

Методические материалы обсуждены на заседании кафедры экономики
протокол № 6 от «11» марта 2025 г.

Заведующий кафедрой экономики

—  — С.М. Осташевский

«11» марта 2025 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Оценочные средства для проведения текущего контроля по учебной дисциплине.....	3
2. Контрольно-измерительные материалы для проведения текущего контроля по учебной дисциплине.....	9

Коды формируемых общих и профессиональных компетенций	Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)
ОК 1,5,9, ПК 4.1, 4.2, 4.3	У1, У2, У3, У4; З1, З2, З3, З4, З5

1 Оценочные средства для проведения текущего контроля по учебной дисциплине

Тема 1. Технологии производства рекламного продукта

Практическая работа №1. Составление брифа. Работа с реальными компаниями

Практическая работа №2. Анализ рынка. Конкурентной среды. Определение ЦА

Практическая работа №3 . План РК. Каналы продвижения

Практическая работа №4. Разработка рекламных текстов. Слоганы

Практическая работа №5. Составление ТЗ на рекламные продукты. Макеты. Структура гайдлайна

Практическая работа №6. Расчёт бюджета РК. Выбор способов изготовления рекламных продуктов

Практическая работа №7. Разработка дизайна билборда. Визуализация на местности.

Практическая работа №8. Остановка

Практическая работа №9. Реклама на транспорте

Практическая работа №10. Реклама внутри транспорта

Практическая работа №11. POS-материалы

Практическая работа №12. Информационно графический комплекс

Практическая работа № 13. Инфографика

Практическая работа №14. Графический интерфейс мобильного приложения

Практическая работа №15. Дизайн сайта. Многостраничный. Лендинг

Практическая работа № 16. Индивидуальный проект

Текстовая часть задания содержит следующую информацию:

- Информация от заказчика, называемая в дальнейшем «карточка объекта рекламирования»:

Разработать рекламную кампанию и материалы для продвижения новой медицинской клиники, которая предлагает своим пациентам пройти комплексное обследование всего организма за одно посещение. Запись на приём будет осуществляться на сайте клиники, либо по телефону call-центра. Только для взрослых пациентов. Адрес клиники: Челябинск, улица Свободы, д. 155Г. Телефон call-центра: 7007605.

Схема взаимодействия с клиентами:

- клиент заходит на сайт клиники;
- знакомится с услугами и находит предложение пройти комплексное обследование за 10000 руб.;

- проходит короткую регистрацию;
- выбирает удобную дату и время прохождения обследования;
- получает подтверждение своей записи на сайте и на свой мобильный телефон.

Также в клинике предоставляются следующие услуги:

- диагностика: анализы, УЗИ, МРТ, компьютерная томография, рентген.

- прием врачей:

- терапевт- 1200 руб.
- окулист- 1300 руб.
- хирург – 1000 руб.
- невролог – 1500 руб.
- офтальмолог – 1000 руб.
- ортопед – 1200 руб.
- травматолог – 1100 руб.
- аллерголог – 1400 руб.
- кардиолог – 1300 руб.

Клиника имеет новейшее оборудование, высококвалифицированных специалистов.
Способы оплаты: наличные, по карте. Скидки постоянным клиентам.

Результаты исследований высылаются по почте на фирменных бланках с печатью, либо выдаются в клинике лично пациенту.

На основании представленной информации о фирме студенты выполняют задания в соответствии со следующими модулями:

Модуль 1. Коммуникации с заказчиком (составление брифа)

Исходные данные: карточка объекта рекламирования.

Выполняемая работа:

- определение структуры брифа;
- преобразование карточки объекта рекламирования в бриф;
- проведение первичного анализа рынка и конкурентной среды;
- создание брифа и оценка соответствие его поставленной задаче;

Ожидаемые результаты:

- рабочий файл брифа в формате Word с названием «Бриф»;
- рабочий файл дебрифа в Pdf-формате с названием «Дебриф»;

Выходной файл с результатами анализа рынка и конкурентной среды в формате Word с названием «Анализ рынка».

Все файлы расположить в папке с названием Модуль 1.

Модуль 2. Ключевые элементы РК

Исходные данные: карточка объекта рекламирования, бриф, дебриф, фото свободного распространения из интернета (только кепчуринг без скачивания)

Выполняемая работа:

- проведение анализа конкурентной среды и ситуации на рынке; определение целевой аудитории (ЦА);
- разработка нейма и тестирование его на оригинальность;
- разработка слогана компании на основе проведенного анализа и тестирование его на оригинальность;
- первичная визуализация идеи (через mood board).

Ожидаемые результаты:

- характеристика ЦА и анализ конкурентов;
- 2-5 предварительных вариантов нейма и слоганов;
- итоговые варианты нейма и слогана;
- скрины экрана, подтверждающие оригинальность нейма и слогана;
- варианты неймов (файл в формате Word).

Все результаты расположить на макете mood board в формате PDF для печати на формате A4 с названием mood board.

Все файлы расположить в папке с названием Модуль 2.

Модуль 3. Графика и инфографика.

Исходные данные: карточка объекта рекламирования, бриф, дебриф, анализ рынка и конкурентной среды, варианты нейма, макет mood board

Выполняемая работа:

- визуализация торговой марки (логотип, инфографика);
- разработка вариантов логотипа (2-4 шт.);
- выбор окончательного варианта (конвертация в стандарт, приемлемый для мини-сайта);
- разработка инфографики (2-3 вариантов);

- выбор не менее 2 итоговых вариантов (конвертация в стандарт, приемлемый для мини-сайта).

Ожидаемые результаты:

- наличие логотипа в формате PDF формата А4 с названием «Логотип»
- наличие не менее 2 различающихся файлов инфографики в PDF формата А4 с названием «Инфографика»

Все файлы расположить в папке с названием Модуль 3.

Модуль 4. Планирование рекламной кампании

Исходные данные: карточка объекта рекламирования, бриф, дебриф, анализ рынка и конкурентной среды, варианты нейма, макет mood board, результаты, полученные в ходе выполнения предыдущих модулей.

Выполняемая работа:

- разработка плана рекламной кампании (РК);
- определение каналов продвижения торговой марки;

Ожидаемые результаты:

- таблица с планом рекламной кампании в формате Word с названием «РК»;
- список каналов продвижения торговой марки в формате Word с названием «РК» (тот же файл);

Файл «РК» расположить в папке с названием Модуль 4.

Модуль 5. Презентация

Исходные данные: карточка объекта рекламирования, бриф, дебриф, отобранная версия нейма, макет mood board, скрины экранов, подтверждающих оригинальность разработок, файл логотипа, инфографика, план рекламной кампании, файл логотипа в векторном и растровом формате, 2-4 черновых вариантов логотипов.

Выполняемая работа:

- подготовка и сбор материалов для итоговой презентации проекта (из предыдущих модулей);
- подготовка электронной презентации (слайд-шоу, видео, анимация, скрайбинг и другие формы).

Ожидаемые результаты:

Итоговая электронная презентационная продукция (файл произвольного формата или иная форма коммуникации) с названием «Презентация» в папке Модуль 5. Проведение итоговой публичной защиты проекта (презентации).

Практическое задание выполняется на компьютере с использованием интернет-технологий и графических редакторов Adobe Illustrator и Adobe Photoshop. Обучающиеся должны дать определения терминов и описание основных этапов работы над заданием.

Практическая работа № 17. Презентация проекта

Практическая работа №18. Выставочное пространство. Выставочный стенд.

Практическая работа №19. Roll-up

Практическая работа №20. Press wall.

Практическая работа №21. Дизайн афиши для выставки. Сувенирная и фирменная продукция

Тема 2. Технология производства Интернет-рекламы.

2.1. Рекламная фотография

Практическая работа №1. История фотографии.
Практическая работа №2. Устройство фотоаппарата
Практическая работа №3. Режимы съемки.
Практическая работа №4. Взаимодействие источников света с объектами
Практическая работа №5. Работа с фоном, обрамление снимка
Практическая работа №6. Фотосъемка пейзажа
Практическая работа №7. Фотосъемка портрета
Практическая работа №8. Предметная и спортивная фотосъемка
Практическая работа № 9. Обработка снимков в Adobe Photoshop.
Практическая работа № 10. Написание сценария для обработки снимков в Adobe Photoshop
Практическая работа № 11. Съемка на RAW-файл и обработка.
Практическая работа №12. Рекламная фотосъемка. Создание абстракции.
Практическая работа №13. Схемы освещения при съемке в студии.
Практическая работа №14. Предметная фотосъемка.
Практическая работа №15. Food- фотография.
Практическая работа №16. Студийная портретная фотосъемка.
Практическая работа №17. Фотосъемка моделей одежды.
Практическая работа №18. Съемка интерьера.

2.2. Рекламное видео

Практическая работа №1. Строение цифровой видеокамеры
Практическая работа №2 Экспозиционные параметры цифровой видеокамеры.
Практическая работа №3. Принципы работа со студийным оборудованием и аксессуарами
Практическая работа №4. Варианты рекламной видеопродукции
Практическая работа №5. Создание литературного и режиссерского сценария
Практическая работа №6. Создание рекламного видеоролика с использованием слайдов
Практическая работа №7. Разработка визуального решения: раскадровка и сториборд.
Практическая работа № 8. Принципы и приемы композиции кадра
Практическая работа № 9. Планы по степени крупности. Монтаж по движению.
Практическая работа №10. Бюджет и организация видеосъемки
Практическая работа №11. Операторские средства и приемы видеосъемки
Практическая работа №12. Видеосъемка диалога
Практическая работа №13. Видеосъемка диалога между тремя собеседниками
Практическая работа №14. Видеосъемка диалога по правилу «восьмерки».
Практическая работа №15 Компьютерный монтаж. Создание визуальной части ролика.
Практическая работа № 16. Компьютерный монтаж. Работа со звуком
Практическая работа № 17. Компьютерный монтаж
Практическая работа №18. Компьютерный монтаж. Видеопереходы и эффекты.
Практическая работа № 19. Компьютерный монтаж. Создание статичных и бегущих титров.
Практическая работа № 20. Компьютерный монтаж. Работа со скоростью
Практическая работа № 21. Динамичная видеосъемка
Практическая работа № 22. Применение эффектов в видео.
Практическая работа № 23. Создание трехмерного видео.

2.3. Производство интернет-рекламы

2.3.1. Баннерная реклама

1. Баннерная реклама.
2. Понятие баннерной рекламы.
3. Технологии баннерной рекламы.
4. Практика использования баннерной рекламы.
5. Достоинства и недостатки баннерного обмена.
6. Эффект выгорания баннерной рекламы.

7. Повышение эффективности баннерной рекламы.

2.3.2. Поисковая реклама

1. Поисковая реклама.
2. Участие в рейтингах и регистрации в каталогах.
3. Обмен ссылками.
4. Профайлинг и персонализация в интернет- рекламе.
5. Оценка уровня конкуренции при поисковой оптимизации.
6. Анализ коммерческого потенциала посетителя

2.3.3. Email-маркетинг

1. E-mail реклама.
2. Основные понятия и преимущества e-mail рекламы.
3. Индивидуальные письма.
4. Списки рассылки.
5. Дискуссионные листы.
6. Спам.
7. Понятие и принципы вирусного маркетинга.
8. Вирусный маркетинг и соблюдение прав пользователей на частную жизнь.
9. Спонсорские программы и другие направления использования методов вирусного маркетинга.

2.3.4. Маркетинг в социальных сетях

1. Продвижение в социальных сетях.
2. Управление репутацией в социальных сетях.
3. Клиентская поддержка в социальных сетях.
4. Мониторинг социальных сетей.
5. Этапы маркетинга в социальных сетях

Задание 1. "Продвижение компании в Интернете"

1. Найдите какой-либо Интернет-магазин (например, www.colibri.ru). Определите какой способ продвижения компании используется в этом случае.
2. С помощью поискового сервера найдите примеры интернет-рекламы, рекламных сетей в международной среде и в России.
3. Создайте отчет о результатах проведенного исследования

Задание 2. "Web-дизайн"

1. Посетите Web-узел консорциумаWorldWideWeb(www.w3.org). Найдите и опишите три типа языкаXHTML– строгий, переходной и фреймовый. Объясните, для чего используется каждый из них.
2. Посетите Web-узел консорциумаWorldWideWeb(www.w3.org). Найдите спецификацию по каскадным таблицам стилей. Перечислите и опишите десять свойств стилей, на которые можно повлиять с помощью стилевого правила.
3. Найдите в Интернет Web-узел с удачным дизайном системы навигации. Почему вы считаете, что данная система удачна? Насколько она соответствует требованиям пользователей? Используйте следующие критерии: восприятие текста ссылок и изображений; легкость использования функций узла; возможность поиска по содержимому узла; присутствие карты узла или другой функции ориентации по узлу.
4. Найдите какой-либо Интернет-магазин (например, www.colibri.ru). Достаточно ли эффективна система навигации? Почему?
5. Найдите в Интернет информационный ресурс, на котором активно используется функция поиска. Воспользуйтесь средствами навигации по узлу и опишите недостатки и преимущества. Определите следующее:
 - а. Насколько загружен пользовательский интерфейс? Усложняет ли он поиск информации?

- b. Может ли пользователь сразу определить, в каком месте узла он находится ?
 - c. Насколько лаконичен и понятен текст ссылок?
 - d. Легко ли определить цель ссылки по ее описанию?
 - e. Глубина структуры узла.
 - f. Соблюдено ли правило "трех щелчков"?
6. С помощью поискового сервера найдите примеры навигационных пиктограмм. Создайте списки пиктограмм, пригодные для использования в международной среде и в России.
7. Найдите в Интернет Web-узел, на котором бы использовалось более 1 системы навигации. Использование нескольких систем навигации приводит улучшению потребительских качеств узла? Приведите доказательства.
8. Найдите в Интернет Web-узлы, на которых используются шаблоны страниц. Отличить такие Web-узлы от остальных можно по однотипному дизайну многих страниц узла. Просмотрите код и определите, как построен шаблон.
9. Посетите Web-узел консорциума WorldWideWeb(www.w3.org). Найдите спецификациюCascadingStyleSheetsRelease2. Назовите и опишите 10 свойств стилей, которые можно использовать в стилевом правиле.
10. Выберите современный Web-узел издательства газеты или журнала. Изучите стилевые характеристики узла. Какие общие стили могут быть применены ко всему узлу, например, к заголовкам, абзацам и подписям?
11. Якоб Нильсен (JacobNielsen) – это известный эксперт по дизайну интерфейса. Прочитайте его статью, посвященную технологии CSS, на узлеwww.useit.com/alertbox/9707.html.

Тема 3. Применения средств графического дизайна для создания рекламного продукта

Практическая работа № 1. Интерфейс программы.

Практическая работа № 2. Создание объектов сцены. Установка единиц измерения.

Установка привязок, Моделирование из примитивов.

Практическая работа № 3. Создание деревьев из примитивов. Создание одномерного массива.

Практическая работа № 4. Кирпичная стена. Колоннада в видовых окнах.

Практическая работа № 5. Создание двумерного массива.

Практическая работа № 6. Стандартные примитивы. Создание конструкций из примитивов, рендеринг.

Практическая работа № 7. Стая насекомых. Молекулярная структура.

Практическая работа № 8. Сплайн текст радиальный.

Практическая работа № 9. Сплайн текст прямоугольный.

Практическая работа № 10. Визуализация текста и плоскости.

Практическая работа № 11. Фон текста в окне проекции. Выдавливание текста.

Практическая работа № 12. Модификатор Stretch (Растягивание). Модификатор Noise (Шум).

Практическая работа № 13. Создание ландшафта

Практическая работа № 14. Построение сплайнов. Визуализация сплайнов.

Практическая работа № 15. Типы вершин сплайна Line. Редактирование сплайна.

Практическая работа № 16. Модификатор Lathe (Тело вращения).

Практическая работа № 17. Создание тарелки, сервиза, фонтана в парке

Практическая работа № 18. Создание комбинированного объекта

Практическая работа № 19. Куб с разноцветными гранями. Игральный кубик.

Практическая работа № 20. Настройка параметров материалов сцены.

Практическая работа № 21. Создание материалов «Синий пластик», «Стекло», «Капля»

Практическая работа № 22. Анимация вращения. Анимация перемещения.

Практическая работа № 23. Анимация изменения формы. Комбинированная анимация объектов сцены.

Практическая работа № 24. Параметры файла вывода анимации.

Практическая работа № 25. Камеры. Параметры и установка.

Практическая работа № 26. Визуализация анимации перемещения с помощью камеры. Визуализация анимации изменения формы с помощью камеры.

Практическая работа № 27. Установка освещения.

Практическая работа № 28. Съёмка камерой при дневном освещении. Съёмка камерой при освещении Omni.

Практическая работа № 29. Управление Shadow Map (Карта теней).

Практическая работа № 30. Применение источников света Target Spot, Free Spot и Skylight.

Практическая работа № 31. Применение источника света Skylight.

Тема 4. Рекламное портфолио

Сформируйте собственное портфолио на основе выполнения заданий по каждой теме.

2 Контрольно-измерительные материалы для проведения текущего контроля по учебной дисциплине

Шкала оценки для проведения текущего контроля по учебной дисциплине

№ п/п	Оценка за ответ	Характеристика ответа
1	Отлично	Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям.
2	Хорошо	Все заданные вопросы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством. Ошибки отсутствуют. Самостоятельная работа проведена в достаточном объеме, но ограничивается только основными рекомендованными источниками информации. / Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные незначительные ошибки или отступления от правил оформления работы.
3	Удовлетворительно	Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием / Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы.
4	Неудовлетворительно	Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы / Содержание работы полностью не соответствует заданию / Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы.