

Нестеренко
Ирина Юрьевна

Подписано цифровой
подписью: Нестеренко Ирина
Юрьевна
Дата: 2026.03.05 10:06:13 +05'00'



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

О.В. Зубкова

«20» февраля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**МДК.04.02. РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ
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

Программа обсуждена на заседании кафедры экономики
протокол № 5 от «24» января 2024 г.

Заведующий кафедрой экономики

О.В. Зубкова

«24» января 2024 г.

Оглавление

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА, КУРСА, ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	3
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА.....	3
4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ:.....	3
5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
5.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.....	4
5.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины « РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА» (очная/заочная форма обучения).....	5
6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	10
6.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.....	10
6.2 Информационное обеспечение обучения.....	10
7. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
9. ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	14
10. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ.....	34

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА, КУРСА, ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рабочая программа учебной дисциплины «РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА» является частью профессионального модуля ПМ 04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама квалификация Специалист по рекламе.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения учебной дисциплины: сформировать компетенции обучающегося в области дизайна рекламной продукции.

Задачи изучения учебной дисциплины:

- изучить существующие направления в рекламе и технологические процессы рекламного производства;
- развить творческое мышление и прогрессивное мировоззрение в области современного дизайна;
- освоить методы и принципы проектирования основных видов рекламной продукции;
- развить профессиональные навыки моделирования и макетирования с использованием возможностей новейших электронных технологий.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Дисциплина « РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА» относится к профессиональному модулю КОНЦЕПЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА» является частью профессионального модуля ПМ 04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» ППССЗ среднего профессионального образования по специальности СПО 42.02.01 Реклама квалификация Специалист по рекламе. Дисциплина основывается на знаниях, полученных при освоении дисциплин МДК.04.01. Художественное проектирование рекламного продукта, сопутствующего изучению дисциплин ОП.01 «Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе», ОП 13. Копирайтинг».

Знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении данной дисциплины, будут использованы в процессе дипломирования.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ:

В результате освоения образовательной программы у выпускника должны быть сформированы общие и профессиональные компетенции.

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать следующими общими компетенциями (далее - ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Профессиональными компетенциями:

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

Таким образом, в результате освоения дисциплины обучающийся должен:

уметь:

иметь практический опыт:

- дизайна, создания креативных продуктов, производства видеорекламы, фотоизображений, полиграфической продукции;
- выбора художественной формы реализации рекламной идеи,
- создания визуального образа с рекламными функциями,
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.

уметь:

У1 - осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;

У2 - разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;

У3 - использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;

У4 - составлять рекламные тексты.

знать:

З1 -выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;

З2 - приемы и принципы составления рекламного текста;

З3 - композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;

З4 - методы проектирования рекламного продукта;

З5 - методы психологического воздействия на потребителя.

5.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения на базе основного общего образования (1г.10м./2 г.10м.)

Вид учебной работы	Объем часов всего
Максимальная учебная нагрузка (всего)	100
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	64
В том числе:	
теоретическое обучение	24
практические занятия	26
Курсовой проект	20
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	22
В том числе:	
работа по темам	11
подготовка докладов по темам	11
Консультация	2
Промежуточная аттестация	6
Итоговые аттестации	4/6 семестр Экзамен

**5.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины « РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»
(очная форма обучения)**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1. Основные принципы проектирования рекламного продукта ОК 1, 5, 9; ПК 4.1, 4.2	Содержание учебного материала	6	2
	Занятия лекционного типа 1.1 Начальные этапы работы над проектом. Получение задания. Бриф. Сбор информации. Схема – паутина. Работа с интернетом. 1.2 Визуализация идеи, moodboard, коллаж, референс.	2	
	Практические занятия 1.1.Процесс нейминга. Инсайт, слоганы. Проверка на оригинальность. 1.2 Отсев информации, обобщение, презентация проекта.	2	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Тема 2. Формирование корпоративного стиля. ОК 1, 5, 9; ПК 4.1, 4.2	Содержание учебного материала	8	2
	Занятия лекционного типа 2.1 Комплексная разработка фирменного стиля. Брендбук, гайдлайн, логобук. Основные константы фирменного стиля, стилеобразующие элементы, носители фирменного стиля. Регистрация торговой марки. 2.2 Логотип. От эскиза к вектору. ТЗ на логотип. Процесс проектирования фирменного блока: стилизация, упрощение, использование композиционных приёмов, использование модульной сетки, варианты совмещения элементов (знак, название, расшифровка сферы деятельности). Минимальное свободное поле. Недопустимые варианты использования логотипа. Виды логотипов. Gif-версия логотипа.	2	

	Практические занятия 2.1. Шрифт. Электронные версии шрифтовых гарнитур. Типографика. Знакомство с электронными версиями шрифтовых гарнитур. Свободные шрифты для коммерческого использования. Подбор шрифтовых пар. Иерархия шрифтов в документе. Форматирование текстовой части: трекинг, кернинг, интерлиньяж, выключка. Работа с текстом на разных цветовых подложках. 2.2. Цвет. Классификация и основные термины цветов. Цветовые сочетания, схемы, формулы. Палитра Pantone. Определение цвета. Разница при работе с цветом на компьютере и с печатным материалом. Различие и чёткость цветов изготавливаемого рекламного продукта. Значение и психология цвета, цветовые ассоциации. Цвет в информационном дизайне. 2.3. Стилиобразующие элементы. Иконка (упрощённая версия логотипа), орнаменты, паттерны, градиенты, фактуры, фотографии, иллюстрации, маскот, пиктограммы. Процесс работы в графических редакторах.	4	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Тема 3. Презентация проекта фирменного стиля заказчику ОК 1, 5, 9; ПК 4.1, 4.2	Содержание учебного материала	10	2
	Занятия лекционного типа Рекламный плакат. Изобразительные приёмы ассоциативного выражения темы. Роль и значение шрифта в рекламном плакате.	4	
	Практические занятия (интерактивная форма обучения) Специфика и принципы композиционного построения шрифтового плаката. Макет.	4	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Тема 4. Составляющие и функциональные носители фирменного стиля ОК 1, 5, 9; ПК 4.1, 4.2	Содержание учебного материала	6	2
	Занятия лекционного типа 4.1 Внутренние и внешние носители: полиграфическая продукция.	2	
	Практические занятия 4.1. Составление ТЗ. Проработка прототипа - макет. 4.2 Работа в графических редакторах: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop. Виды визиток, фирменный бланк, фирменная папка, конверт, бейдж. Процесс создания развёртки,	2	

	многостраничного документа, работа со слоями, сохранение документа, процесс подготовки рекламного продукта к изготовлению. Визуализация на mock up. 4.3 Дизайн малых форм. Этикетки, пластиковые и подарочные карты .		
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Тема 5. Дизайн-проект рекламного буклета, листовки ОК 1, 5, 9; ПК 4.1, 4.2	Содержание учебного материала	12	2
	Занятия лекционного типа Рекламный буклет как вид печатной продукции в информационно-графическом комплексе. Функциональные задачи буклета. Единство стиля и композиции дизайна формы и графического содержания. Фотография и шрифт, типографика и цвет в буклете.	4	
	Практические занятия Рекламная листовка. Работа с форматом. Процесс обработки информации, подбор визуальной составляющей.	4	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	4	
Тема 6. Дизайн упаковки ОК 1, 5, 9; ПК 4.1, 4.2	Содержание учебного материала	6	2
	Занятия лекционного типа Реклама товара, её виды, функциональные задачи. Принципы проектирования рекламы товара, способствующее его продвижению в условиях современных рыночных отношений.	2	
	Практические занятия 6.1. Упаковка, как вид рекламной продукции. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции. Виды и качественные различия упаковок. Дизайн и современные технологии, материалы изготовления упаковочной продукции. 6.2. Макет упаковки. Развёртка, работа в графических редакторах со слоями. Визуализация в объёме. Изготовление	2	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Тема 7. Реклама торгового	Содержание учебного материала	12	2

предприятия. Проект фасада (вывески, витрины). ОК 1, 5, 9; ПК 4.1, 4.2	Занятия лекционного типа Комплексное решение рекламы торгового предприятия. Функциональные особенности и роль фасадной рекламы.	4	
	Практические занятия 7.1 Работа с вывеской. Подбор материалов, в зависимости от технических возможностей и дизайна. Процесс согласования вывески. 7.2 Методика разработки дизайн-проекта витрины. Визуализация рекламной идеи. Технологические возможности и современные материалы, используемые для изготовления витрин. 7.3 Разработка дизайн-проекта оформления входа в торговое пространство. Таблички на дверь, указатели.	4	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	4	
Тема 8. Сувенирная продукция и фирменные аксессуары ОК 1, 5, 9; ПК 4.1, 4.2	Содержание учебного материала	6	2
	Занятия лекционного типа Единство фирменного стиля и всех его носителей. Комплексное брендрование: промоподарки, бизнес-подарки, фирменная одежда.	2	
	Практические занятия Обработка изображений под брендрование. Процесс изготовления сувенирной продукции.	2	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Тема 9. Портфолио специалиста по рекламе. Виды, возможности ОК 1, 5, 9; ПК 4.1, 4.2	Содержание учебного материала	6	2
	Занятия лекционного типа Разработка концепции преподнесения информации: содержание, проекты	2	

	Практические занятия Макет листа портфолио; размещение творческих работ	2	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	2	
Курсовой проект	На основе тем 5,6,7,8	20	
Консультация		2	
Промежуточная аттестация		6	
ВСЕГО		100	
Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения: 1. – ознакомительный или минимальный уровень (узнавание ранее изученных объектов, свойств); 2. – репродуктивный или базовый уровень (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством) 3. – продуктивный или высокий уровень (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)			

Занятия, проводимые в интерактивных формах

№ п/п	Тема занятия	Форма
1	Практическое занятия по теме «Рекламная листовка. Работа с форматом. Процесс обработки информации, подбор визуальной составляющей»	Работа в команде и ролевых группах, метод мозгового штурма

6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета «Проектирования рекламного продукта».

Стандартно оборудованный кабинет «Проектирования рекламного продукта»,

- видеопроектор с экраном,

- компьютер,

- плоттер, сканер

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 Pro, Office Standart 2022, графический редактор Adobe Illustrator

6.2 Информационное обеспечение обучения

Основная литература

1. Антипов, К. В. Основы рекламы: учебник / К. В. Антипов. – 5-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2021. – 326 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684193> (дата обращения: 27.04.2023). – ISBN 978-5-394-04207-2. – Текст: электронный.

2. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 538 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499> (дата обращения: 27.04.2023). – ISBN 978-5-394-04791-6. – Текст: электронный.

3. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие: [16+] / Н. Б. Сафронова. – 4-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 293 с.: ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684403> (дата обращения: 27.04.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04587-5. – Текст: электронный.

Дополнительная литература

4. Леманн, Д. Р. Управление продуктом: учебник / Д. Р. Леманн, Р. С. Винер; ред. Л. Е. Миронова; пер. с англ. . – 4-е изд. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 719 с.: ил., табл., схем., граф. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615808> (дата обращения: 27.04.2023). – Библиогр.: с. 714. – ISBN 978-5-238-01331-2. – Текст: электронный.

5. Ткаченко, Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования: учебное пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 336 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684529> (дата обращения: 27.04.2023). – ISBN 978-5-238-01568-2. – Текст: электронный

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИН

1. Группа компаний «Концепт» - Креативные дизайнерские решения (разработка сайтов любой сложности, фирменный стиль, полиграфическая и сувенирная продукция, наружная реклама и др.) - <http://www.cnc.by>
2. ЭБС “Университетская библиотека онлайн»: [http:// biblioclub.ru](http://biblioclub.ru)
3. ЭБС «IPRbooks : <http://www.iprbookshop.ru>
4. Справочная литература. Энциклопедии. Словари. Справочники- [Электронный ресурс].- http://biblioclub.ru/index.php?page=razdel_red&sel_node=1358
5. Список журналов ВАК.- [Электронный ресурс].- <http://ores.su/ru/journals/vak/>
6. Общий перечень периодики ЭБС.- [Электронный ресурс].- http://biblioclub.ru/index.php?page=razdel_red&sel_node=1380
7. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru>

7. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа учебной дисциплины « РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА» обеспечена оценочными материалами для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценочные материалы включают в себя вопросы к экзамена, тестовые задания и практические задания по темам.

Промежуточная аттестация студентов очной формы обучения проводится по окончании курса дисциплины в форме экзамена.

Текущий контроль результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий в форме тестирования, устного опроса, подготовки докладов, а также выполнения ситуационных задач.

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие брифа. Общение с заказчиком. Этапы работы.
2. Фирменный стиль: фирменные цвета, фирменный шрифт, фирменная папка.
3. Логотип, лозунг, эмблема, название – что это такое?
4. Этапы и особенности работы.
5. Виды печатной продукции.
6. Начальные этапы работы над проектом. Схема
7. Презентация, принципы проведения презентации.
8. Особенности работы с цветом при проектировании рекламных продуктов.
9. Цвет в информационном дизайне.
10. Шрифтовые гарнитуры. Специфика работы над шрифтовыми гарнитурами.
11. Основные виды макетов страницы печатной продукции.
12. Основные стили макетов страницы печатной продукции.
13. Плакат, особенности плаката при проектировании этого вида печатной продукции.
14. Афиша, учет особенности при проектировании этого вида печатной продукции.
15. Буклет, учет особенностей буклета при проектировании этого вида печатной продукции.
16. Виды печати, учет особенности работы над проектом при выборе определённого вида печати.
17. Вывеска, учет особенностей при проектировании этого вида рекламной продукции.

18. понятие витрины, учет особенностей при проектировании этого вида рекламной продукции.
19. Определение сувенирной продукции. Какие особенности нужно учитывать при проектировании этого вида рекламной продукции.
20. Понятие упаковки. Особенности проектирования этого вида рекламной продукции.
21. Виды упаковки. Упаковка со вторичным использованием.
22. Основные функции рекламного продукта.
23. Основные принципы проектирования наружной рекламы.
24. Понятие пиктограммы. Особенности проектирования. Художественные приёмы при создании данного вида рекламного продукта. Область применения.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по выполнению лекционных занятий

Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на практическом занятии.

Методические указания по выполнению практических занятий

Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Решение расчетных заданий, решение задач по алгоритму и др.

Методические указания по выполнению заданий для самостоятельной работы

Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление докладов по прочитанным литературным источникам и др

Методические указания по выполнению докладов

Доклад: Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы.

Доклад по теме - это изучение научной, учебной, нормативной и другой литературы. Отбор необходимого материала; формирование выводов и разработка конкретных рекомендаций по решению поставленной цели и задачи; проведение практических исследований по данной проблеме или вопросу.

Методические указания по подготовке к экзамену.

Наиболее ответственным этапом в обучении студентов является экзаменационная сессия. На ней студенты отчитываются о выполнении учебной программы, об уровне и объеме полученных знаний. Это государственная отчетность студентов за период обучения, за изучение учебной дисциплины.

Залогом успешной сдачи зачета являются систематические, добросовестные занятия студента. Однако это не исключает необходимости специальной работы перед сессией и в период сдачи экзамена. Специфической задачей студента в период экзаменационной сессии являются повторение, обобщение и систематизация всего материала.

В процессе повторения анализируются и систематизируются все знания, накопленные при изучении программного материала: данные учебника, записи лекций, конспекты прочитанных книг, заметки, сделанные во время консультаций или семинаров, и др.

Консультации, которые проводятся для студентов в период экзаменационной сессии, необходимо использовать для углубления знаний, для восполнения пробелов и для разрешения всех возникших трудностей.

При подготовке к экзамену необходимо еще раз проверить себя на предмет усвоения основных категорий и ключевых понятий курса.

9.ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

Знать: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.

Уметь: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между этапами разработки рекламного продукта и их характеристиками. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Ситуации		Методы решения	
		А	Подготовительный этап	1	Создание креативной идеи, разработка макетов, написание текстов
		Б	Концептуальный этап	2	Анализ целевой аудитории, постановка целей, определение бюджета
		В	Производственный этап	3	Размещение рекламы, мониторинг эффективности, корректировка кампании
		Г	Этап реализации	4	Техническая реализация материалов, подготовка к печати/съемкам
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
Задание закрытого	Прочитайте	Расположите в правильной последовательности			
		А	Б	В	Г

типа на установление последовательности (Уметь)	текст и установите последовательность	этапы разработки творческой концепции рекламного продукта. Этапы: 1. Создание креативной идеи и разработка креативного бриф; 2. Анализ целевой аудитории и конкурентной среды; 3. Утверждение концепции и создание макетов; 4. Тестирование концепции и внесение корректировок. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	При разработке рекламной кампании для нового продукта необходимо выбрать наиболее эффективный источник информации для анализа целевой аудитории. Какой из перечисленных источников предоставит максимально достоверные и актуальные данные для создания эффективной рекламной концепции? Варианты ответов: 1. Данные государственной статистики о демографическом составе населения; 2. Личные предположения творческого директора на основе его опыта; 3. Результаты маркетинговых исследований с опросом целевой аудитории; 4. Информация из социальных сетей о популярных трендах.				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Выберите термин, который является ключевым для разработки творческой концепции. Варианты ответов: 1. Медиапланирование; 2. Креативная стратегия; 3. Таргетирование; 4. Позиционирование.				
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Расположите этапы разработки творческой концепции в правильной последовательности. Варианты ответов: 1. Создание креативной идеи; 2. Анализ целевой аудитории; 3. Утверждение концепции; 4. Тестирование концепции.				

выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)		
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Выберите все источники информации, необходимые для разработки концепции. Варианты ответов: 1. Анализ целевой аудитории; 2. Изучение конкурентов; 3. Анализ сезонности продаж; 4. Исследование трендов рынка.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Приведите определение термина «Творческая концепция».

ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

Знать: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений.

Уметь: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе.

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между культурными особенностями и рекламными решениями. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Инструменты		Функции	
		А	Мусульманская культура	1	Акцент на коллективизм и уважение к старшим, использование минималистичного дизайна
		Б	Японская культура	2	Акцент на индивидуализм и личный успех, использование ярких цветов и динамичных образов
		В	Западная культура	3	Акцент на духовные ценности и кастовую систему, использование символики и традиционных мотивов
		Г	Индийская культура	4	Акцент на скромность и уважение к религиозным символам, избегание изображений людей
Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последовательность	Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		А	Б	В	Г
Задание открытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность этапов подготовки презентационных материалов рекламного проекта.			
		Этапы: 1. Создание основной презентации проекта с визуальными материалами;			

		2. Составление технического задания и брифа проекта; 3. Подготовка сопроводительной документации и пояснительной записки; 4. Разработка устного выступления и репетиция презентации. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	При разработке рекламной кампании для российского рынка, какой из подходов будет наиболее эффективным с точки зрения культурной адаптации? Варианты ответов: 1. Использование исключительно западного стиля жизни и моделей поведения в рекламе; 2. Акцент на коллективизме, семейных ценностях и традиционных российских праздниках; 3. Демонстрация индивидуализма и личного успеха в отрыве от социального контекста; 4. Применение провокационных и шокирующих образов для привлечения внимания.				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какой термин описывает базовую структуру успешного рекламного выступления? Варианты ответов: 1. Спичрайтинг — искусство написания речей; 2. Презентационная модель — классическая структура выступления; 3. Элокуция — этап риторического канона; 4. Меморио — техника запоминания речи.				
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных требований являются обязательными при оформлении технического задания на разработку рекламного продукта? Варианты ответов: 1. Наличие подробного описания целевой аудитории с указанием демографических характеристик; 2. Указание сроков выполнения работ и этапов реализации проекта; 3. Описание креативной концепции в свободной форме без конкретных параметров 4. Перечень необходимых материалов и технических характеристик.				

Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных принципов являются основополагающими при создании эффективного рекламного продукта? Варианты ответов: 1. Принцип уникальности — создание отличительных черт продукта от конкурентов; 2. Принцип доступности — понимание сообщения целевой аудиторией; 3. Принцип навязчивости — многократное повторение рекламного сообщения; 4. Принцип релевантности — соответствие рекламы потребностям аудитории.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение понятию «Креатор (криейтор)».

ОК 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Знать: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности.

Уметь: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)	Прочитайте текст и установите соответствие	Вы работник международного рекламного агентства. Установите соответствие между ситуациями и их характеристиками на английском языке. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Ситуация		Характеристики ситуаций на английском языке	
		А	Рекламный агент проводит встречу с клиентом для обсуждения новой рекламной кампании	1	To brainstorm creative ideas and develop a concept
		Б	Команда копирайтеров работает над созданием рекламного текста для нового продукта	2	To negotiate terms and set objectives
		В	Дизайнер разрабатывает визуальный стиль для рекламной кампании	3	To analyze target audience and select media platforms
		Г	Медиабайер выбирает каналы для размещения рекламы	4	To create visual elements and design layouts
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		А	Б	В	Г

Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последовательность	Расположите этапы делового общения с клиентом в правильной последовательности: Этапы: 1. Обсудить детали проекта и уточнить требования; 2. Назначить встречу и подготовить материалы; 3. Уточнить детали проекта и предоставить обратную связь; 4. Представить результаты и получить комментарии. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:			
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какое из утверждений является обязательным требованием к составлению эффективного рекламного текста? Варианты ответов: 1. Рекламный текст должен содержать как можно больше профессиональных терминов для демонстрации экспертности; 2. Текст должен быть написан исключительно в официально-деловом стиле; 3. В рекламном тексте необходимо чётко сформулировать уникальное торговое предложение и призыв к действию; 4. Рекламный текст должен избегать использования конкретных цифр и фактов.			
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Выберите правильное определение аббревиатуры «USP». Варианты ответов: 1. Уникальное торговое предложение; 2. Универсальная система продаж; 3. Условие успешного продвижения; 4. Уникальный способ позиционирования.			
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных документов являются обязательными при разработке рекламного проекта? Варианты ответов: 1. Техническое задание (бриф) на разработку рекламного продукта; 2. Договор с заказчиком и приложение к нему; 3. Концепция рекламной кампании в свободной			

выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)		форме без конкретных параметров; 4. Прогноз объемов продаж.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных типов заголовков являются наиболее эффективными для привлечения внимания целевой аудитории? Варианты ответов: 1. Информационные заголовки — содержат конкретную пользу для читателя; 2. Провокационные заголовки — вызывают эмоциональный отклик; 3. Обещательные заголовки — четко формулируют выгоду от продукта; 4. Игровые заголовки — используют юмор и игру слов.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение понятию «инсайт в рекламе».

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

Знать: виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.

Уметь: использовать поисковые системы интернета; использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.

Практический опыт: подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); поиска и подбора оригинального нейма и слогана.

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между типом контента и оптимальными требованиями к его оформлению для эффективной коммуникации с аудиторией в социальных сетях и на сайте. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Типы контента		Характеристики оформления	
		А	Сторис в ВК	1	Лаконичный текст, яркие визуалы, интерактивные элементы (опросы, тесты), таймер актуальности
		Б	Карточка товара на сайте	2	Детальные фотографии товара, технические характеристики, описание преимуществ, кнопка действия
		В	Пост в Telegram-канале	3	Структурированный текст с подзаголовками, эмодзи для выделения блоков, чёткие призывы к действию
		Г	Шапка профиля в Дзен	4	Краткое описание бренда, ключевые преимущества, ссылки на важные ресурсы, контактные данные
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		А		Б	В
					Г
Задание закрытого	Прочитайте	Установите соответствие между поисковыми			

типа на установление соответствия (Уметь)	текст и установите соответствие	операторами и задачами, которые они помогают решать при создании рекламного продукта. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Поисковые операторы		Задачи поиска	
		А	Оператор «related:»	1	Поиск документов определённого формата (PDF, DOC, PPT) с аналитикой рынка и исследованиями
		Б	Оператор «cache:»	2	Анализ конкурентов и поиск похожих сайтов в вашей нише
		В	Оператор «filetype:»	3	Просмотр сохранённой копии сайта для изучения прошлых версий рекламных материалов
		Г	Оператор «site:»	4	Мониторинг упоминаний бренда или ключевых слов на конкретном домене
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		А	Б	В	Г
Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность этапов создания эффективной системы коммуникации с аудиторией через визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте. Этапы: 1. Разработка контент-стратегии и календаря публикаций; 2. Анализ целевой аудитории и её поведения в digital-пространстве; 3. Создание визуальной концепции и гайдлайнов для социальных сетей; 4. Оценка эффективности коммуникации и корректировка стратегии.			
		Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:			
Задание закрытого типа на установление	Прочитайте текст и установите	Установите правильную последовательность этапов разработки эффективного УТП для нового продукта на рынке.			

последовательности (Уметь)	последовательность	Этапы: 1. Тестирование и корректировка УТП на основе обратной связи от целевой аудитории; 2. Анализ потребностей целевой аудитории и конкурентного окружения; 3. Формулировка уникального торгового предложения и ключевых преимуществ продукта; 4. Разработка ценностного предложения и определение основных выгод для потребителя. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание закрытого типа на установление последовательности (Практический опыт)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность этапов работы над созданием фотоизображений для рекламного продукта. Этапы: 1. Обработка и ретушь полученных фотографий, выбор лучших кадров; 2. Разработка концепции фотосъемки, создание мудборда и технического задания; 3. Проведение фотосъемки с учетом всех технических и творческих требований; 4. Анализ продукта, определение ключевых визуальных характеристик и преимуществ. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Что является ключевым фактором успеха при разработке креативной концепции рекламной кампании? Варианты ответов: 1. Создание максимально креативных и необычных визуальных решений, привлекающих внимание аудитории; 2. Точное соответствие креативной концепции целям и задачам маркетинговой стратегии бренда; 3. Использование самых современных и дорогостоящих технологий в реализации рекламных материалов; 4. Привлечение известных личностей и популярных блогеров для продвижения продукта .				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие	Компания запускает новый продукт — умные часы премиум-класса. Необходимо выбрать оптимальную концепцию видеорекламы, которая максимально эффективно привлечет целевую аудиторию за счёт создания эмоциональной связи с потребителем.				

обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	выбор ответа	Варианты ответов: 1. Динамичный рекламный ролик с быстрыми сменами кадров, спецэффектами и демонстрацией всех функций в действии 2. Документальный формат с реальными пользователями, рассказывающими о преимуществах продукта в повседневной жизни 3. Эмоциональный сторителлинг с акцентом на статусность и премиальность продукта через атмосферу и детали 4. Технический обзор с детальным объяснением каждой функции и технологии в формате экспертного контента.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какое из следующих определений наиболее полно отражает главную цель креативной стратегии в современной рекламной кампании? Варианты ответов: 1. Креативная стратегия — это набор творческих инструментов и методов, направленных исключительно на создание запоминающейся рекламы; 2. Креативная стратегия — это комплекс мероприятий по разработке уникального торгового предложения и его продвижению на рынке; 3. Креативная стратегия — это система творческих решений, направленная на достижение маркетинговых целей через создание эффективного коммуникационного сообщения; 4. Креативная стратегия — это процесс создания креативных идей для повышения узнаваемости бренда без привязки к конкретным бизнес-целям.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Компания-производитель спортивной одежды хочет донести до целевой аудитории информацию о новом экологичном материале, используемом в производстве. Какой из представленных подходов наиболее эффективно решит задачу коммуникации с целевой аудиторией? Варианты ответов: 1. Массовый подход: размещение однотипных рекламных материалов во всех доступных каналах коммуникации без сегментации аудитории; 2. Мультимедийная стратегия: создание комплексной кампании с использованием разных форматов контента (видео, инфографика, статьи) с акцентом на экологичность и преимущества материала; 3. Таргетированный подход: фокус на узкой

		группе экологически сознательных потребителей через специализированные каналы коммуникации; 4 Вирусный маркетинг: создание провокационного контента для максимального охвата с минимальным вниманием к качеству информации.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Компания запускает новую линейку органической косметики. Необходимо выбрать наиболее эффективные визуальные решения для рекламной фотосъемки, которые будут соответствовать концепции бренда и привлекать целевую аудиторию. Варианты ответов: 1. Натуральные текстуры и минимализм: съемка продуктов на фоне природных материалов (дерево, камень), акцент на составе и натуральности; 2. Глянцевый стиль: профессиональные модели, студийная съемка, яркий макияж, дорогие декорации; 3. Эко-эстетика: использование природных локаций, натуральных цветов, экологических материалов в кадре; 4. Технологичный подход: футуристичные декорации, неоновые акценты, акцент на инновационность.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Перед вами стоит задача создания рекламной кампании для новой линейки средств по уходу за кожей премиум-класса. Необходимо выбрать наиболее эффективные визуальные решения для фотосъемки, которые будут соответствовать концепции бренда и эффективно работать на целевую аудиторию. Варианты ответов: 1. Концептуальная съемка с абстрактными композициями, где продукт становится частью художественного образа, символизирующего преображение кожи; 2. Портретная съемка с реальными пользователями, демонстрирующими результат применения продукции; 3. Макросъемка процесса нанесения средств и текстуры продуктов в замедленной съемке; 4. Студийная съемка с демонстрацией упаковки и флаконов на минималистичном фоне.
Задание комбинированного типа с выбором	Прочитайте текст, выберите правильные	Какие из перечисленных утверждений наиболее точно описывают современные технологии воздействия на аудиторию через визуальные и

нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	текстовые материалы в социальных сетях и на сайте? Выберите все правильные варианты. Варианты ответов: 1. Визуальный контент обрабатывается человеческим мозгом в 60 000 раз быстрее текста и составляет около 90% воспринимаемой информации; 2. Текстовые материалы являются основным инструментом воздействия на аудиторию в социальных сетях, превосходя по эффективности визуальный контент; 3. Комбинация текста и изображений повышает доверие аудитории и улучшает запоминаемость информации; 4. Перенасыщенные деталями изображения увеличивают эффективность коммуникации и повышают конверсию.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных методов поиска информации в интернете наиболее эффективны для разработки рекламной концепции? Выберите все правильные варианты. Варианты ответов: 1. Использование операторов поиска (site:, intitle:, filetype:) для нахождения конкретной информации о конкурентах и трендах; 2. Случайный поиск по общим запросам без использования специальных операторов и уточнений; 3. Анализ тематических форумов и социальных сетей с помощью операторов поиска для выявления потребностей целевой аудитории; 4. Поиск только по первым страницам поисковой выдачи, игнорируя более глубокие результаты.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Приведи 3 главные задачи копирайтера при разработке и реализации творческой концепции рекламного продукта.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Приведи пример трех специалистов, которые заняты в разработке и реализации творческой концепции рекламного продукта.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании.

Знать: отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.

Уметь: использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.

Практический опыт: определения оригинальной идеи для рекламной кампании; подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между этапами разработки творческой концепции и их характеристиками. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Этапы разработки		Характеристики этапов	
		А	Концептуальная фаза	1	Создание визуальных материалов, разработка макетов, выбор стилистики
		Б	Генерация идей	2	Тестирование готового продукта, внесение финальных корректировок
		В	Визуализация	3	Анализ рынка, определение целевой аудитории, постановка целей
		Г	Реализация	4	Мозговой штурм, создание банка идей, отбор лучших решений
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между методами сбора обратной связи и их основными характеристиками. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Методы сбора		Характеристики методов	
		А	Социальные опросы	1	Изучение комментариев, рейтингов и обсуждений на

					различных платформах
		Б	Анализ поведения пользователей	2	Проведение анкетирования и сбор мнений через социальные сети и мессенджеры
		В	Прямые коммуникации	3	Анализ действий пользователей на сайте, в приложении или социальных сетях
		Г	Мониторинг отзывов	4	Организация личных встреч, телефонных звонков и email-переписки с клиентами
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		А	Б	В	Д
Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность действий при разработке творческой концепции рекламного продукта. Этапы: 1. Создание креативной идеи и её визуализация; 2. Анализ брифа и постановка креативных задач; 3. Тестирование концепции на целевой аудитории; 4. Разработка стратегии продвижения и каналов коммуникации. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:			
Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность действий при проведении комплексной проверки рекламных материалов на уникальность и оригинальность. Этапы: 1. Анализ результатов проверки и выявление заимствований; 2. Подготовка материалов к проверке и выбор инструментов; 3. Проведение технической проверки через специализированные сервисы; 4. Разработка рекомендаций по доработке и повышению оригинальности. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:			
Задание закрытого типа на	Прочитайте текст и	Вы работаете в рекламном агентстве и получили задание разработать рекламную кампанию для			

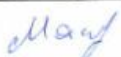
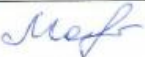
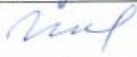
установление последовательности (Практический опыт)	установите последовательность	нового продукта — экологических средств для уборки дома. Необходимо использовать метод морфологического ящика для генерации креативной идеи. Варианты последовательности действий: 1. Выделение основных параметров продукта (состав, упаковка, эффективность); 2. Создание морфологической матрицы и заполнение её возможными вариантами характеристик; 3. Анализ полученных комбинаций и выбор наиболее перспективных идей; 4. Определение критериев оценки рекламных решений. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Компания планирует запустить рекламную кампанию нового продукта и рассматривает различные форматы видеоконтента. Какой из предложенных форматов минимизирует сомнения потребителя о практичности данного продукта в обыденной жизни? Варианты ответов: 1. Анимационный ролик с использованием 3D-модели продукта и его характеристик; 2. Документальный фильм о производстве продукта с участием сотрудников компании; 3. Сторителлинг через историю клиента, использующего продукт в повседневной жизни; 4. Обзорный ролик с демонстрацией всех функций продукта в формате распаковки.				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Определите правильную последовательность этапов создания рекламного проекта визуальной информации. Выберите один верный вариант ответа. Варианты ответов: 1. Разработка концепции и идеи→Создание эскизов и макетов→Утверждение с заказчиком→Финальная доработка и подготовка к печати. 2. Создание эскизов и макетов→Разработка концепции и идеи→Финальная доработка и подготовка к печати→Утверждение с заказчиком. 3. Утверждение с заказчиком→Разработка концепции и идеи→Создание эскизов и макетов→Финальная доработка и подготовка к печати. 4. Разработка концепции и идеи→Утверждение с				

		заказчиком→Создание эскизов и макетов→Финальная доработка и подготовка к печати.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Вам необходимо запустить видеорекламу нового товара в социальных сетях и видеохостингах, рассчитанную на молодое поколение. Выберите оптимальный тип и формат подобной видеорекламы. Варианты ответов: 1. Видеореклама вертикального формата, с коротким хронометражем, с высокой динамикой и частой сменой кадров; 2. Видеореклама горизонтального формата, в которой будет находиться человек и рассказывать о характеристиках и преимуществах данного товара; 3. Бренд-фильм с длинным хронометражем, который будет рассказывать о компании-производителе; 4. Видеореклама вертикального формата, в которой представлена инфографика и небольшая анимация, без озвучки, информация представлена в основном текстом..
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какое из определений «Креативной стратегии» верное? Варианты ответов: 1. Набор случайных творческих идей, которые возникают в процессе работы над рекламным проектом; 2. Совокупность творческих идей и решений, направленных на достижение коммуникационных целей; 3. Исключительно художественное оформление рекламных материалов без привязки к коммуникационным целям бренда; 4. Креативные решения в области дизайна и рекламы, не влияющие на общую маркетинговую стратегию компании.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Компания планирует запуск нового продукта и ищет оптимальные решения для создания рекламной кампании. Выберите два правильных варианта из предложенных, которые обеспечат максимальную эффективность проекта. Варианты ответов: 1. Глубокое исследование целевой аудитории с созданием детальных персон и карты пути

выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)		потребителя; 2. Копирование успешных решений конкурентов с минимальными изменениями; 3. Мультимедийный подход с использованием различных форматов контента и каналов распространения; 4. Фокус на одном канале коммуникации для концентрации ресурсов.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Рекламное агентство получило заказ на создание креативной концепции для нового продукта. Необходимо выбрать два наиболее эффективных подхода из предложенных вариантов. Варианты ответов: 1. Использование современных трендов в сочетании с классическими рекламными приёмами; 2. Копирование успешных зарубежных кейсов без адаптации под локальный рынок; 3. Глубокий анализ потребительского инсайта с последующей разработкой уникального торгового предложения; 4. Фокус на технических характеристиках продукта без учёта эмоциональных факторов.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Выберите два термина, которые наиболее точно отражают ключевые аспекты методики разработки творческих рекламных решений. Варианты ответов: 1. Креативная концепция — целостное творческое решение, объединяющее все элементы рекламной кампании в единую систему; 2. Бриф — документ, содержащий технические требования к рекламным материалам; 3. Арт-дирекшн — процесс управления творческим направлением и визуальным стилем проекта; 4. Медиаплан — документ с расписанием размещения рекламных материалов.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров,	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Выберите два ключевых параметра, которые необходимо учитывать при разработке эффективной творческой концепции рекламного продукта. Варианты ответов: 1. Соответствие целевой аудитории и её потребностям; 2. Стоимость производства рекламных материалов; 3. Оригинальность и уникальность креативного решения;

принципов) (Уметь)		4. Сроки реализации рекламной кампании.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение термина «Сторителлинг».
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Назовите известную рекламную кампанию, которая была направлена на сохранение продаж товара, так как он является сезонным. Рекламная кампания произвела фурор, что стала символом наступления череды праздников по всему миру.

10. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№ п/п	Подразделение	Фамилия	Подпись	Дата
1	Кафедра ГЕМД	Е.П. Маскайкин		20.02.2024 г.
2	Кафедра МиУП	Е.В. Маскайкина		20.02.2024 г.
3	Кафедра экономики	О.В. Зубкова		20.02.2024 г.
4	Учебно-методический отдел	Н.С. Ульянова		20.02.2024 г.
5	Библиотека	Г.В. Шпакова		20.02.2024 г.