Нестеренко Ирина Юрьевна

Подписано цифровой подписью: Нестеренко Ирина Юрьевна
Дата: 2026.01.15 09:53:33 +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.04.03. 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

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 « ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»
(очная/заочная форма обучения) 5
6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 9
6.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению 9
6.2 Информационное обеспечение обучения 9
7. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 10
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 10
9. ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ 16
10. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ 44

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

Рабочая программа учебной дисциплины «ПРОИЗВОДСТВО 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 производства рекламной продукции**.**

Задачи изучения учебной дисциплины: изучить существующие направления в рекламе и технологические процессы рекламного производства.

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

Дисциплина «ПРОИЗВОДСТВО 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 изучения дисциплин МДК.04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта.

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.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Таким образом, в результате освоения дисциплины обучающийся должен:

уметь:

иметь практический опыт:

- дизайна, создания креативных продуктов, производства видеорекламы, фотоизображений, полиграфической продукции;
- 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)	**80**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**54**
В том числе:	
теоретическое обучение	**18**
практические занятия	**36**
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**18**
В том числе:	
работа по темам	9
подготовка докладов по темам	9
Консультация	2
Промежуточная аттестация	6
Итоговые аттестации	**4/6 семестр Экзамен**

5.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины « ПРОИЗВОДСТВО 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. Технологии производства рекламного продукта **ОК 1, 5, 9; ПК 4.1, 4.2, 4.3**	**Содержание учебного материала**	**16**	3
	Занятия лекционного типа Рекламное обращение: форма, содержание структура. Использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта. Копирайтинг, его составляющие. Правила разработки и оформления текстовой и изобразительной части рекламного обращения. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта. Структура и параметры печатных изданий. Структура полосы издания. Авторский замысел и режиссёрское воплощение. Приёмы реализации рекламной идеи. Определение и сущность. Схема разработки. Принципы успеха.Приёмы творческого замысла Телереклама: приемы разработки. Радиореклама: приемы разработки. Реклама в прессе: особенности восприятия Транзитная реклама: условия восприятия, задачи разработчика, приемы разработки. Наружная реклама: условия воздействия, задачи разработчика, приемы разработки. Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложения.	4	
	Практические занятия Приемы создания рекламных слоганов. Разработка текстов для полиграфической рекламы и POS- материалов Разработка рекламного продукта для основных медиаканалов. Разработка макета рекламной продукции на заданную тему (разворот страницы журнала, директ-мейл)	8	

	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	4	
Тема 2. Технология производства Интернет-рекламы. **ОК 1, 5, 9; ПК 4.1, 4.2, 4.3**	**Содержание учебного материала**	**16**	
	Занятия лекционного типа Основные сервисы интернета. WEB-документы. Технология анонсирования рекламы в Интернете. Виды Интернет-рекламы и способы их классификации, основные достоинства и инедостатки.	4	2
	Практические занятия Основные принципы и технология размещения рекламы. Особенности методов оценки эффективности вирусных рекламных акций	8	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	4	
Тема 3. Применения средств графического дизайна для создания рекламного продукта **ОК 1, 5, 9; ПК 4.1, 4.2, 4.3**	**Содержание учебного материала**	**24**	
	Занятия лекционного типа Проектная графика. Место проектной графики на различных этапах создания рекламного продукта. Виды компьютерной графики. Особенности технического и программного оснащения в работе дизайнера Векторная компьютерная графика и программы её обработки. в графическом редакторе «Illustrator» Графический редактор Adobe Photoshop, его форматы изображений и роликов, применение. редактора в создании рекламного продукта.Растровая компьютерная графика и программы её обработки. Интерфейс программы Adobe Photoshop CS5. Компьютерный дизайн. Дизайн в Интернете. Векторная графика в Интернете. Web-сайты и интернет-реклама	6	2
	Практические занятия (интерактивная форма обучения) Рисование в программе Photoshop CS5 Импортирование фотографий в графический редактор Adobe Photoshop. Изменение экспозиции, цветового баланса фотографии..Создание художественной рамки для фотографии Наложение эффектов и фильтров на фотографию. Создание нового фона на фотографии.	12	

	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	6	
Тема 4. Рекламное портфолио **ОК 1, 5, 9; ПК 4.1, 4.2, 4.3**	**Содержание учебного материала**	**16**	2
	Занятия лекционного типа Работа по созданию авторских кистей. Создание авторского фона Создание шрифтов для разработки рекламной продукции. Нелинейный монтаж. Программа Adobe Premiere. Интерфейс программы Adobe Premiere. Редактирование клипов в программе Adobe Premiere История возникновения анимации. Преимущества анимации. Режиссура анимационного фильма. Изобразительное решение анимационного фильма. Программное обеспечение позволяющее создать компьютерную анимацию. Программа Macromedia Flash. Основные возможности Macromedia Flash	4	
	Практические занятия Обработка фотографий под рекламный плакат. Создание рекламного плаката с моделью или объектом Обработка фотографий под рекламную продукцию. Создание рекламного плаката- социальной рекламы. Обработка фотографий под концертную афишу. Создание рекламной концертной афиши Обработка фотографий под обложку журнала (по индивидуальному заданию). Создание обложки журнала. Организация данных и интерфейс Adobe Premiere 6.5. Редактирование клипов в программе Adobe Premiere 6.5 Организация данных и интерфейс программы Macromedia Flash. Создание простых графических объектов Создание анимации движения. Создание анимации формы и маски. Создание анимации с интерактивностью.	8	
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	4	
Консультация		2	
Промежуточная аттестация		6	
ВСЕГО		**80**	

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 «Приемы создания рекламных слоганов»	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:

- видеопроектор с экраном,
- компьютеры,
- плоттер, сканеры

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. – 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. – 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. – 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. – 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. – 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
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 «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА» обеспечена оценочными материалами для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

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

Промежуточная аттестация студентов очной формы обучения проводится по окончанию 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. Как настроить конфигурацию видовых окон?
2. Как изменить цветовую гамму окна программы 3ds Max?
3. Как раскрыть видовое окно на весь экран?
4. Как создать двумерный массив объектов?
5. Как выделить объект в сцене по его имени?
6. Какие объекты программы 3ds Max вам известны?
7. Как поменять параметры объекта после его создания?
8. Какие действия над объектом выполняют модификаторы Stretch, Taper, Noise?
9. Как создают объекты методом выдавливания (Extrude)?
10. Как создать объект с помощью команды Loft?
11. Как визуализировать сплайн при выполнении рендеринга?
12. Назовите стандартные объекты программы 3ds Max
13. Перечислить основные жанры в фотографии.
14. Как влияют изменения возможностей в фотографии на изготовление рекламного продукта? Привести примеры.
15. Значение цвета в изображении, какова эмоциональная составляющая. Привести примеры.
16. Перечислить примеры использования черно-белого изображения в фотографии. В чем их особенность?

17. Перечислить режимы съемки, отметить их особенности.
18. Классификация света по направлению.
19. Изобразить схему строения зеркального цифрового фотоаппарата.
20. Перечислить виды объективов в зависимости от творческих задач.
21. Перечислить параметры экспозиции и раскрыть их роль в решении творческих задач. Привести примеры.
22. Назвать варианты регулирования изображения при съемке в условиях яркого солнечного света
23. Для чего необходима встроенная вспышка? Привести примеры применения.
24. Для чего необходима беспроводная вспышка? Привести примеры применения.
25. Определить, куда наводить резкость при портретной фотосъемке? При пейзажной?
26. Перечислить необходимое оборудование для пейзажной фотосъемки. Определить его роль.
27. Определить, в чем особенность подготовки к спортивной фотосъемке. Привести примеры.
28. Определить в чем особенность подготовки к спортивной фотосъемке.
29. Перечислить осветительное оборудование для студийного освещения.
30. Раскрыть особенности технологии съемки диалогов.
31. Определить особенности предметной фотосъемки.
32. Назвать экспонометрические параметры необходимые при фотосъемке портрета в студии.
33. Сформулировать виды и задачи репортажной съемки
34. Перечислить и дать определения основным характеристикам объектива.
35. Сформулировать определение цветовой температуры. На примерах определить необходимость настройки баланса белого.
36. Классификации современных фотоаппаратов: перечислить типы и назвать их основные технические характеристики.
37. Раскрыть значение закона взаимозаместимости в экспонометрии.
38. Перечислить режимы фокусировки и раскрыть их особенности.
39. Перечислить форматы файлов, раскрыть их отличия
40. Схематично изобразить устройство видеокамеры, указав ее обязательные составляющие.
41. Перечислить экспозиционные параметры и режимы видеокамеры.
42. Перечислить основные составляющие студийного оборудования и аксессуаров. Раскрыть их назначение.
43. Перечислить варианты рекламной видеопродукции.
44. Классификация рекламных роликов.
45. Классификация рекламных видеофильмов.
46. Изобразить схему и составляющие классического закона драматургии.
47. Перечислить и раскрыть композиционные вариации рекламного ролика.
48. Перечислить и раскрыть сюжетные варианты рекламного ролика.
49. Функции экспозиции и вывода в драматургической схеме рекламного видеофильма.
50. Назначение слома и завязки в драматургической схеме рекламного видеофильма.
51. Назвать различия в задачах, которые стоят перед литературным и режиссерским сценарием.
52. Раскрыть различие между съемочным и монтажным кадром.
53. Назначение раскадровки, как варианта визуального решения сценария.
54. Перечислить составляющие звукового решения в рекламе и раскрыть их значения.
55. Перечислить и раскрыть основные изобразительные средства видеосъемки
56. Перечислить известные операторские приемы видеосъемки.
57. Раскрыть особенности технологии съемки диалогов.

58. Перечислить причины необходимость смены кадров в фильме.
59. Перечислить и раскрыть планы по степени крупности.
60. Сформулировать правила монтажа по крупности и по композиции.
61. Сформулировать правила монтажа по движению.
62. Сформулировать правила монтажа по цвету и свету.
63. Сформулировать правила монтажа по направлению основной движущейся массы в кадре
64. Раскрыть значение перебивки и привести примеры ее использования при монтаже.
65. Перечислить все составляющие этапы подготовки к видеосъемке.
66. Перечислить виды монтажа, их особенности и области применения

Перечень практических заданий по дисциплине для экзамена

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 А4 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.

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 удается 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).

<table>
<tr><th>Тип задания</th><th>Инструкция</th><th>Пример задания</th></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между этапами производства рекламного продукта и необходимыми ресурсами.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Этапы производства</th><th colspan="2">Необходимые ресурсы</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Подготовительный этап</td><td>1</td><td>Технические средства, производственный персонал, материалы</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Этап создания концепции</td><td>2</td><td>Исследовательская информация, аналитика рынка, данные о целевой аудитории</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Этап производства</td><td>3</td><td>Рекламные площадки, медиапланирование, бюджет на размещение</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Этап размещения</td><td>4</td><td>Креативный отдел, дизайнеры, копирайтеры</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><th>А</th><th>Б</th><th>В</th><th>Г</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
</table>

Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)	Прочитайте текст и установите последо-вательность	Установите правильную последовательность этапов создания рекламного ролика. **Этапы:** 1. Разработка концепции; 2. Постпродакшн (монтаж, цветокоррекция, озвучивание); 3. Препродакшн (подготовка сценария и раскадровки, подбор команды); 4. Продакшн (съемка материала). 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	Какой документ является обязательным для начала производства рекламного продукта в рекламном агентстве? **Варианты ответов:** 1.Техническое задание от клиента (бриф) 2. Счет-договор на оказание услуг 3. Сценарий, концепт 4. План-график производства
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, описывающий процесс создания рекламного продукта. **Варианты ответов:** 1. Маркетинговый цикл; 2. Рекламный процесс; 3. Рекламный микс; 4. Рекламная стратегия.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных факторов являются ключевыми при планировании производства рекламного продукта? **Варианты ответов:** 1. Сроки реализации проекта и бюджет; 2. Личные предпочтения руководителя проекта; 3. Технические возможности производства и доступные ресурсы; 4. Количество сотрудников в рекламном агентстве.

(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	Какие из перечисленных терминов относятся к основным этапам производства рекламного продукта? **Варианты ответов:** 1. Препродакшн; 2. Постпродакшн; 3. Копирайтинг; 4. Брифинг
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение термина «Креатив»

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.

<table>
<tr><th>Тип задания</th><th>Инструкция</th><th>Пример задания</th></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между культурными особенностями и рекомендациями по производству рекламного продукта.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Инструменты</th><th colspan="2">Функции</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Реклама для мусульманских стран</td><td>1</td><td>Акцент на коллективизм, уважение к старшим, сдержанность в эмоциях</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Реклама для Японии</td><td>2</td><td>Учет кастового деления общества, уважение к традициям</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Реклама для Индии</td><td>3</td><td>Запрет на изображение алкоголя, свинины, откровенных сцен</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Реклама для западных стран</td><td>4</td><td>Акцент на индивидуализм, личный успех, свободу выбора</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><th>А</th><th>Б</th><th>В</th><th>Г</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td><td>Установите правильную последовательность оформления документов при запуске рекламной кампании.
Этапы:
1. Составление технического задания (брифа) от клиента;
2. Подписание договора на оказание рекламных услуг;
3. Утверждение креативной концепции и макетов;
4. Составление и согласование медиаплана.</td></tr>
</table>

		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 перечисленных правил является главным при создании эффективного устного рекламного сообщения? **Варианты ответов:** 1. Использование большого количества профессиональных терминов для демонстрации экспертности; 2. Применение сложных синтаксических конструкций для создания впечатления интеллектуальности; 3. Краткость, ясность и понятность сообщения целевой аудитории; 4. Использование исключительно эмоционально окрашенных слов и выражений.
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 из перечисленных принципов является основополагающим при производстве рекламного продукта? **Варианты ответов:** 1. Принцип максимальной экономии средств при производстве; 2. Принцип приоритета креативной составляющей над практическими аспектами; 3. Принцип соответствия рекламного продукта целям и задачам заказчика; 4. Принцип использования только современных технологий производства.
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 факторов необходимо учитывать при создании рекламного продукта для многонациональной аудитории? **Варианты ответов:** 1. Особенности языка и диалекты разных этнических групп; 2. Религиозные праздники и традиции целевой аудитории; 3. Экономическое положение отдельных регионов; 4. Предпочтения в цветовой гамме для разных культур.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите	Какие из перечисленных терминов относятся к основным аспектам культурного контекста в рекламе? **Варианты ответов:** 1. Культурная адаптация — процесс изменения

предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать	аргументы, обосновывающие выбор ответов	рекламного сообщения под особенности целевой аудитории; 2. Этноцентризм — восприятие своей культуры как эталона при создании рекламы; 3. Кросс-культурная коммуникация — взаимодействие между представителями разных культур в рекламе; 4. Медиа-конвергенция — слияние различных медиа-каналов в рекламе.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение понятию «Препресс».

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.

<table>
<tr><th>Тип задания</th><th>Инструкция</th><th>Пример задания</th></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Вы специалист международного рекламного агентства. Установите соответствие между термином и его переводом на английский язык.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Ситуация</th><th colspan="2">Характеристика ситуации на английском языке</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Реклама</td><td>1</td><td>Communication channels</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Целевая аудитория</td><td>2</td><td>Target audience</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Каналы коммуникаций</td><td>3</td><td>Advertising</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Техническое задание</td><td>4</td><td>Technical specification</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><th>А</th><th>Б</th><th>В</th><th>Г</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td><td>Вы специалист международного рекламного агентства и обсуждаете с иностранными коллегами создание видеоролика. Расположите этапы создания рекламного видеоролика в правильной последовательности.
Этапы:
1. To shoot the video;
2. To create a storyboar;
3. To write a scrip;
4. To conduct market research.</td></tr>
</table>

		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	Вы специалист международного рекламного агентства и ведете диалог с иностранным клиентом. Выберите правильное завершение диалога: Client: I would like to discuss the project timeline. Manager: ___ **Варианты ответов:** 1. Let's schedule a meeting to go over it. 2. I don't have time now. 3. It's not important. 4. Call me later.
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 правильный перевод фразы «target audience»? **Варианты ответов:** 1. Целевая аудитория; 2. Целевая группа; 3. Целевая публика; 4. Целевая совокупность.
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 принципов являются обязательными при составлении рекламного текста? **Варианты ответов:** 1. Использование сложных речевых оборотов для создания впечатления экспертности; 2. Чёткая структура текста с выделением главного преимущества; 3. Применение эмоционально окрашенных слов и фраз; 4. Включение большого количества технических характеристик продукта.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Выберите все правильные определения термина "advertising campaign". **Варианты ответов:** 1. Серия рекламных мероприятий для достижения цели; 2. Одноразовое рекламное действие; 3. Комплекс мероприятий для продвижения продукта;

выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать		4. Только онлайн-продвижение.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение понятию «Оригинал-макет».

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.

<table>
<tr><th>Тип задания</th><th>Инструкция</th><th>Пример задания</th></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между типом рекламного материала и оптимальными требованиями к его оформлению для эффективной коммуникации с аудиторией.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Типы рекламных материалов</th><th colspan="2">Характеристики оформления</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Пост в ВК</td><td>1</td><td>Высокое качество изображений, вертикальная ориентация, четкий призыв к действию в подписи, использование актуальных хештегов</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Карточка товара на сайте</td><td>2</td><td>Яркая визуальная композиция, короткий заголовок, четкий оффер, кнопка с призывом к действию</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Email-рассылка</td><td>3</td><td>Адаптивный дизайн, персонализированное обращение, информативный прехедер, блоки с</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

<table>
<tr><td></td><td></td><td>
<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td>акциями и спецпредложениями</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Рекламный баннер в Яндекс.Директ</td><td>4</td><td>Детальные фотографии с разных ракурсов, технические характеристики, описание преимуществ, кнопка «Купить»</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>
Установите соответствие между поисковыми операторами и задачами, которые они помогают решать в рекламной деятельности.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><td colspan="2">Задачи продвижения</td><td colspan="2">Основные цели</td></tr>
<tr><td>А</td><td>Развлекательный пост</td><td>1</td><td>Вовлекает аудиторию к участию в активности</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Продающий пост</td><td>2</td><td>Представляет полезную информацию, например, инструкция, факт, пояснение</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Образовательный пост</td><td>3</td><td>Пост, направленный на склонение подписчиков совершить целевое действие (купить товар / услуги, оформить подписку)</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Вирусный пост</td><td>4</td><td>Контент, который предназначен для развлечения аудитории, соответствующий тематике сообщества</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td><td>Установите правильную последовательность этапов создания эффективной рекламной кампании в социальных сетях и на сайте, обеспечивающей максимальное воздействие на целевую аудиторию.</td></tr>
</table>

		Этапы: 1. Разработка визуальной концепции и создание креативных материалов (баннеры, посты, иллюстрации); 2. Анализ целевой аудитории и определение ключевых сообщений для коммуникации; 3. Размещение и продвижение контента, мониторинг показателей эффективности; 4. Создание контент-плана и стратегии размещения материалов. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: | | | | |
Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)	Прочитайте текст и установите последо-вательность	Установите правильную последовательность действий при настройке рекламной кампании в системе контекстной рекламы (на примере Яндекс.Директ или Google Ads). **Этапы:** 1. Создание и оптимизация рекламных объявлений, подбор ключевых слов и составление текстов; 2. Анализ конкурентов, определение целевой аудитории и составление семантического ядра; 3. Запуск рекламной кампании, мониторинг показателей и внесение корректировок; 4. Настройка структуры рекламной кампании: создание групп объявлений, выбор стратегий и бюджетов. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: | | | | |
Задание закрытого типа на установление последовательности (Практический опыт)	Прочитайте текст и установите последо-вательность	Установите правильную последовательность этапов работы над созданием оригинального названия (нейма) для бренда или продукта**.** **Этапы:** 1. Отбор и анализ вариантов названий, проверка их на юридическую чистоту и доступность; 2. Генерация пула потенциальных названий на основе установленных критериев; 3. Анализ рынка, целевой аудитории и конкурентов для определения требований к нейму; 4. Финализация выбранного названия, разработка вариантов написания и логотипа. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: | | | | |
Задание комбинированного	Прочитайте текст, выберите	Компания запускает линейку премиальных средств по уходу за кожей. Необходимо выбрать

типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	наиболее эффективный слоган, который будет отражать позиционирование бренда как инновационного. **Варианты ответов:** 1. «Красота требует инноваций»; 2. «Твоя кожа достойна лучшего»; 3. «Революция красоты начинается здесь»; 4. «Натуральные компоненты для твоей красоты».
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 запускает новый бренд одежды премиум-класса. Необходимо определить правильную последовательность этапов создания визуальной идентификации бренда и выбрать наиболее эффективный вариант реализации. **Варианты ответов:** 1. Создание фирменных цветов и шрифтов→Разработка логотипа→Разработка паттернов→Формирование гайдлайнов. 2. Разработка логотипа→Создание фирменных цветов и шрифтов→Формирование гайдлайнов→Разработка паттернов. 3. Разработка паттернов→Создание фирменных цветов→Разработка логотипа→Формирование гайдлайнов. 4. Формирование гайдлайнов→Разработка логотипа→Создание фирменных цветов→Разработка паттернов.
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 точно описывает современный подход к созданию эффективного контента в социальных медиа? **Варианты ответов:** 1. Контент-микс — это совокупность текстовых и визуальных материалов, публикуемых в социальных сетях без учета специфики каждой платформы; 2. Кросс-платформенный контент — унифицированные материалы, адаптированные под все социальные сети с сохранением единого стиля и сообщения; 3. Адаптивный контент — материалы, специально созданные под особенности каждой социальной платформы с учетом её технических требований и поведения аудитории; 4. Мультимедийный контент — комбинация различных форматов (текст, фото, видео) без учета специфики платформ.

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	Какой из представленных ниже офферов является наиболее эффективным для продвижения онлайн-школы английского языка для аудитории, которая нуждается в получении дальнейшей выгоды от полученных знаний? **Варианты ответов:** 1. «Выучи английский за 3 месяца с гарантией результата или вернём деньги!». 2. «Индивидуальные занятия с носителем языка по цене групповых». 3. «Английский для работы: повышение зарплаты на 30-50% после прохождения курса». 4. «Современный метод обучения английскому языку с использованием игровых технологий».
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 новый бренд органических продуктов питания, который в ближайшем будущем планирует закрепиться и позиционироваться как бренд премиум-класса с продукцией из натуральных компонентов. Необходимо выбрать наиболее удачные варианты нейма и слогана из предложенных пар. **Варианты ответов:** 1. Нейм: «BioElite». Слоган: «Природная сила в каждой капле»; 2. Нейм: «ЭкоПремиум». Слоган: «Натуральное — значит лучшее»; 3. Нейм: «PureNature». Слоган: «Чистота природы в современном ритме»; 4. Нейм: «ОрганикЛайн». Слоган: «Здоровье в каждой детали».
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 новый продукт на рынке — инновационный умный чайник с функцией распознавания предпочтений пользователя. Необходимо выбрать наиболее эффективные креативные стратегии из предложенных вариантов, сделав акцент на инновационности технологии. Данный товар предназначен для людей, которые следят за тенденциями и хотят оптимизировать свою жизнь с помощью технологий. **Варианты стратегий:** 1. Стратегия резонанса: Фокус на семейных ценностях и теплых моментах за чашкой чая. Использование трогательных историй из жизни. Акцент на создании уютной атмосферы; 2. Стратегия преимущества: Демонстрация технических характеристик и преимуществ.

		Сравнение с собирательным образом товара. Подчеркивание экономической выгоды; 3. Стратегия УТП: Создание образа современного, технологичного продукта. Акцент на инновационность и уникальность. Позиционирование как символа прогресса; 4. Стратегия позиционирования: В рекламе утверждается, что данный товар для людей, которые следят за технологическим процессом, для тех, кто верит, что прогресс и технологии – ключ к лучшей жизни.
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 предложенных определений наиболее точно отражают современные подходы к производству рекламного продукта? Выберите все правильные варианты **Варианты ответов:** 1. Рекламный продукт — это любое сообщение, направленное на продвижение товаров и услуг, созданное с использованием различных медиа-каналов и технологий; 2. Медиа-микс — это совокупность всех рекламных материалов, созданных для одной кампании без учета их эффективности и целевой аудитории; 3. Рекламное производство — это комплексный процесс создания рекламных материалов, включающий разработку концепции, создание контента и его распространение через выбранные каналы; 4. Брендинг — это исключительно процесс создания логотипа и фирменного стиля компании.
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	Компания запускает новый сервис доставки готовой еды премиум-класса. Необходимо выбрать наиболее эффективные УТП из предложенных вариантов. **Варианты УТП:** 1. «Доставка за 30 минут или бесплатно! Только свежие фермерские продукты, приготовленные шеф-поварами»; 2. «Экономия до 40% на питании по сравнению с ресторанами. Более 100 блюд в меню»; 3. «Персональный диетолог в приложении. Меню под ваш рацион и цели»; 4. «Премиум-доставка 24/7. Порции от известных шеф-поваров, премиальная упаковка».
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый	Дайте определение термина «Пэкшот».

(Знать)	обоснованный ответ	
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение термина «Слоган».

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.

<table>
<tr><th>Тип задания</th><th>Инструкция</th><th>Пример задания</th></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между этапами разработки рекламного решения и их характеристиками.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Этапы разработки</th><th colspan="2">Характеристики этапов</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Подготовительный этап</td><td>1</td><td>Проведение тестирования рекламных материалов, анализ метрик, сбор обратной связи</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Этап креативной разработки</td><td>2</td><td>Создание эскизов, разработка макетов, выбор технических решений</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Этап реализации идеи</td><td>3</td><td>Анализ целевой аудитории, изучение конкурентов, сбор референсов</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Этап оценки эффективности</td><td>4</td><td>Генерация идей, мозговой штурм, создание концепции</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><th>А</th><th>Б</th><th>В</th><th>Г</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между методами улучшения обратной связи и их характеристиками.
К каждой позиции, данной в левом столбце,</td></tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>(Уметь)</td>
<td></td>
<td>подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Методы</th><th colspan="2">Характеристики</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Опросы и анкетирование</td><td>1</td><td>Мониторинг упоминаний бренда в социальных сетях, анализ настроений аудитории</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Интерактивный контент</td><td>2</td><td>Система бонусов, скидок и привилегий для постоянных клиентов</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Социальные прослушивания</td><td>3</td><td>Создание опросов, тестов, викторин для вовлечения аудитории</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Программы лояльности</td><td>4</td><td>Сбор мнений и предпочтений целевой аудитории через структурированные вопросы</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td>
</tr>
<tr>
<td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)</td>
<td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td>
<td>Расположите этапы производства рекламной фотосессии в правильной последовательности. Запишите ответ в виде последовательности цифр.

Варианты ответов:
1. Проведение самой фотосессии и съёмка материала;
2. Разработка концепции и создание технического задания;
3. Постпродакшн: обработка и ретушь фотографий;
4. Подготовка к съёмке: подбор локации, моделей, команды.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td>
</tr>
<tr>
<td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)</td>
<td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td>
<td>Расположите этапы использования метода «Шесть шляп мышления» в правильной последовательности. Запишите ответ в виде последовательности цифр.
Варианты ответов:
1.Белая шляпа — анализ фактов и данных о продукте;
2.Красная шляпа — оценка эмоциональной составляющей;</td>
</tr>
</table>

		3.Чёрная шляпа — выявление рисков и препятствий; 4.Жёлтая шляпа — поиск преимуществ и возможностей; 5. Зелёная шляпа — генерация креативных идей; 6. Синяя шляпа — формулировка целей и подведение итогов. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: | | | | | | |
Задание закрытого типа на установление последовательности (Практический опыт)	Прочитайте текст и установите последо-вательность	Расположите этапы применения метода систематического покрытия поля в правильной последовательности. Запишите ответ в виде последовательности цифр. **Варианты ответов:** 1. Определение основных параметров и характеристик продукта; 2. Выявление всех возможных вариантов рекламных решений по каждому параметру; 3. Систематизация полученных вариантов и их классификация; 4. Отбор наиболее эффективных решений для реализации. 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) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Премиальный косметический бренд запускает рекламную кампанию. Суть рекламного оффера – показать, что для обладателей данного товара ничего больше не нужно, чтобы быть совершенством. Необходимо выбрать наиболее эффективную визуальную концепцию для фотосъемки продукта. Какая из предложенных идей наилучшим образом соответствует позиционированию бренда? Допускаются субъективные мнения **Варианты ответов:** 1. Минималистичная съемка на монохромном фоне с акцентом на текстуру продукта; 2. Макросъемка компонентов продукта в лабораторных условиях; 3. Сторителлинг через серию фотографий с использованием продукта в повседневной жизни; 4. Гламурная съемка с известными моделями и роскошным окружением.
Задание комбинированного типа с выбором	Прочитайте текст, выберите правильный	Какой из подходов к разработке рекламного проекта обеспечит наиболее эффективное достижение поставленных целей?

одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	**Варианты ответов:** 1.Последовательная разработка с жестким соблюдением этапов без возможности внесения изменений; 2.Итеративный подход с постоянным тестированием и корректировкой на каждом этапе; 3. Параллельное выполнение всех этапов для ускорения процесса разработки; 4. Линейный метод с акцентом на предварительное планирование и минимальным количеством правок.
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	В процессе разработки рекламного решения необходимо выбрать ключевой термин, который определяет системный подход к созданию креативной концепции. Какой из перечисленных терминов наиболее полно отражает методологию разработки рекламного решения? **Варианты ответов:** 1. Креативный бриф; 2. Арт-дирекшн; 3. Стратегическое планирование; 4. Идейная платформа
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 планирует запустить новый продукт и нуждается в эффективном методе сбора обратной связи от целевой аудитории. Какой из предложенных методов обеспечит наиболее качественный и количественный сбор данных? **Варианты ответов:** 1. Email-опрос с анкетами и вопросами о продукте; 2. Социальные медиа с системой комментариев и обсуждений; 3. Онлайн-чат с ботом для сбора мгновенной обратной связи; 4. Многоканальная система с интеграцией всех доступных инструментов коммуникации.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления,	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Компания запускает новую линейку товаров для дома из экологических биоразлагаемых материалов.. Необходимо выбрать две наиболее эффективные идеи для рекламной кампании, которые обеспечат максимальный охват и вовлеченность целевой аудитории. Выберите два правильных варианта. **Варианты ответов:** 1. Социальный эксперимент с видеофиксацией с участием обычных людей, показывающий что природа – второй дом, и за ним надо также следить и заботиться.

последовательности) (Практический опыт)		2. Интерактивная игра в социальных сетях с элементами геймификации и системой наград; 3. Документальный сериал о производстве товаров и их влиянии на окружающую среду; 4. Коллаборация с известными блогерами-экоактивистами и создание вирусного контента.
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 разрабатывает рекламную кампанию для нового продукта. Необходимо выбрать два наиболее эффективных способа использования инсайта в рекламе. Выберите два правильных варианта. **Варианты ответов:** 1. Решение противоречия между желаниями потребителя и его реальными возможностями; 2. Акцент на цене как основном преимуществе продукта; 3. Эмоциональное воздействие через обращение к скрытым потребностям аудитории; 4. Подробное описание характеристик продукта без привязки к потребностям клиента.
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 ключевые параметры важно помнить при разработке любого коммуникационного продукта? **Варианты ответов:** 1. Соответствие рекламного оффера предпочтениям целевой аудитории; 2. Соответствие коммуникационного продукта общей политике и философии бренда; 3.Наличие других коммуникационных продуктов у данного бренда по схожей тематике; 4. Данный коммуникационный продукт создан на основе актуальных трендов.
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	Выберите два ключевых параметра, которые необходимо учитывать при производстве эффективного рекламного продукта. **Варианты ответов:** 1. Технические характеристики носителей и форматов рекламы; 2. Сезонность выхода рекламных материалов; 3. Соответствие целевой аудитории и месседжа рекламы; 4. Стоимость производства рекламных материалов.
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый	Дайте определение термина «Арт-дирекшн».

(Знать)	обоснованный ответ	
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Укажите этапы модели «AIDA».

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Знать: программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; структуру брифа и требования к нему; важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

Уметь: использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; конвертировать файлы в нужные форматы; использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; размещать рекламные материалы в социальных медиа; подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирования сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; создавать графические материалы рекламного характера; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.

Практический опыт: оформления текстовых и графических документов; оформления рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.

<table>
<tr><th>Тип задания</th><th>Инструкция</th><th>Пример задания</th></tr>
<tr>
<td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)</td>
<td>Прочитайте текст и установите соответствие</td>
<td>Установите соответствие между программным обеспечением и его основными функциями в процессе производства рекламного продукта.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Программное обеспечение</th><th colspan="2">Функции ПО</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Adobe Photoshop</td><td>1</td><td>Простой графический редактор для базовых операций с изображениями (рисование, обрезка, заливка)</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Krita</td><td>2</td><td>Профессиональная обработка фото, ретушь, работа со слоями и фильтрами</td></tr>
<tr><td>В</td><td>DaVinci Resolve</td><td>3</td><td>Создание цифровой живописи и иллюстраций, поддержка графических планшетов</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Microsoft Paint</td><td>4</td><td>Монтаж видео, цветокоррекция, работа со звуком</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><th>А</th><th>Б</th><th>В</th><th>Г</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td>
</tr>
<tr>
<td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)</td>
<td>Прочитайте текст и установите соответствие</td>
<td>Установите соответствие между сервисами аналитики и их основными функциями в оценке эффективности интернет-рекламы.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Сервисы аналитики</th><th colspan="2">Функции сервисов</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Яндекс.Метрика</td><td>1</td><td>Анализ поведения пользователей на сайте, отслеживание конверсий и источников трафика</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Google Analytics</td><td>2</td><td>Управление рекламными кампаниями в социальных сетях ВКонтакте и</td></tr>
</table>
</td>
</tr>
</table>

<table>
<tr><td></td><td></td><td>
<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td>Одноклассники</td></tr>
<tr><td>В</td><td>MyTarget</td><td>3</td><td>Комплексный анализ веб-трафика, построение воронки продаж и сегментация аудитории</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>VK Ads</td><td>4</td><td>Размещение и оптимизация рекламных кампаний с оплатой за клик или показы</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td><td>Установите правильную последовательность действий при работе с онлайн-сервисами для создания рекламных макетов.
Этапы:
1. Экспорт готового макета и проверка его соответствия техническим требованиям;
2. Создание базового макета с использованием готовых шаблонов или с нуля;
3. Выбор подходящего онлайн-сервиса и регистрация в нём;
4. Настройка параметров макета (размеры, цветовая схема, шрифты).

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)</td><td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td><td>Установите правильную последовательность этапов работы над рекламным проектом с применением программных средств, облачных и сетевых технологий.
Этапы:
1. Обработка материалов в специализированном ПО с применением фильтров и эффектов;
2. Создание структуры проекта в облачном хранилище и настройка доступа для команды;
3. Сбор исходных материалов (фото, тексты, иллюстрации) с различных источников;
4. Финализация проекта и экспорт в требуемых форматах с последующей выгрузкой в сеть.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на</td><td>Прочитайте текст и</td><td>Установите правильную последовательность этапов оформления рекламного носителя</td></tr>
</table>

установление последовательности (Практический опыт)	установите последо-вательность	(например, рекламного буклета). **Этапы:** 1. Вёрстка и компоновка элементов на макете с учётом композиции и баланса; 2. Разработка концепции оформления и выбор стилистических решений; 3. Финальная проверка и корректировка макета перед отправкой в печать; 4. Подготовка контента — обработка текстов и графических элементов. 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) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Компания запускает новую линейку премиальных смартфонов. Основная задача рекламной кампании — подчеркнуть инновационность и статусность продукта. Какой из предложенных визуальных подходов наиболее эффективно решит поставленные задачи? **Варианты ответов:** 1. Минималистичный дизайн с акцентом на чистоту линий и использование монохромной цветовой палитры; 2. Футуристичная визуализация с использованием неоновых эффектов и голографических элементов; 3. Ретро-стиль с винтажными элементами и приглушёнными тонами; 4. Реалистичная съёмка с акцентом на детали и тактильные ощущения материалов.
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	Бренд спортивной одежды запускает новую коллекцию. Целевая аудитория — активные пользователи 18-35 лет. Какой из предложенных подходов к размещению рекламных материалов в социальных медиа будет наиболее эффективным для достижения максимального охвата и вовлечённости? **Варианты ответов:** 1. Единый формат постов с одинаковым текстом и визуалом для всех платформ; 2. Адаптация контента под особенности каждой платформы с учётом её специфики и алгоритмов; 3. Публикация только в рабочее время по будням для охвата максимальной аудитории; 4. Массовая рассылка рекламных постов с минимальным интервалом между публикациями.
Задание комбинированного типа с выбором	Прочитайте текст, выберите правильный	При разработке корпоративного сайта для крупного бренда необходимо выбрать оптимальную структуру, которая обеспечит

одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	максимальную конверсию и удобство использования. Какой из предложенных подходов к организации структуры сайта будет наиболее эффективным с точки зрения современных принципов веб-дизайна и пользовательского опыта? **Варианты ответов:** 1. Линейная структура с последовательным прохождением всех разделов от главной страницы; 2. Иерархическая структура с чётко выделенным главным меню и подкатегориями; 3. Сетевая структура с множеством перекрестных ссылок между разделами; 4. Гибридная структура, сочетающая элементы иерархической и сетевой организации.
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 планирует запустить серию постов о новом продукте в социальных сетях. Какой из представленных подходов к созданию контента наиболее эффективно обеспечит вовлечение аудитории и достижение целей продвижения? **Варианты ответов:** 1. Публикация исключительно продающих постов с описанием характеристик продукта и призывами к покупке; 2. Создание разнообразного контента с балансом информационного, развлекательного и продающего контента, включая отзывы клиентов и экспертный материал; 3. Размещение только визуального контента с минимальным количеством текста, полагаясь на привлекательность изображений; 4. Копирование контента с сайта компании без адаптации под специфику социальных сетей.
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	Вы работаете над презентацией рекламной кампании для клиента. Какие из перечисленных факторов необходимо учитывать при создании достоверных мокапов рекламных носителей? Выберите два правильных ответа. **Варианты ответов:** 1. Освещение и тени; 2. Текстуры и материалы; 3. Цветовые схемы; 4. Масштабирование.

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	Вы создаёте рекламную кампанию для нового продукта. Какие из перечисленных принципов необходимо соблюдать для создания эффективных рекламных материалов? Выберите два правильных ответа. **Варианты ответов:** 1. Использование сложных терминов и профессионального жаргона для демонстрации экспертности; 2. Чёткое УТП (уникальное торговое предложение) и конкретные выгоды для клиента; 3. Эмоциональное воздействие через яркие образы и метафоры; 4. Длинные описания с подробным перечислением всех характеристик продукта.
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 лучших средства создания визуального контента в рекламе и дайте их определения. **Варианты ответов:** 1. Графический планшет; 2. Фотополимерный принтер; 3. Сканер; 4. Графический редактор.
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	Вы разрабатываете стратегию усиления воздействия рекламной кампании для нового продукта. Какие из предложенных методов действительно помогут повысить эффективность коммуникации с целевой аудиторией? Выберите два правильных ответа. **Варианты ответов:** 1. Персонализация контента с учётом интересов и поведения конкретных сегментов аудитории 2. Массовая рассылка однотипных рекламных сообщений всем потенциальным клиентам 3. Интерактивные элементы в рекламе: опросы, конкурсы, игры и другие формы вовлечения 4. Увеличение частоты размещения рекламы без изменения её содержания
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение понятия «мудборд»
Задание открытого	Прочитайте	Дайте определение термина «Инфографика».

типа с развернутым ответом (Уметь)	текст и запишите развернутый обоснованный ответ	

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.