

Нестеренко
Ирина Юрьевна



Подписано цифровой
подписью: Нестеренко Ирина
Юрьевна

Дата: 2026.10.02 16:14:52
+05'00'

УТВЕРЖДАЮ

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

О.В. Зубкова

« 22 » сентября 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПОЛНЫЙ ЦИКЛ РЕКЛАМНОГО ПРОИЗВОДСТВА

**СПЕЦИАЛЬНОСТЬ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ**

42.02.01 Реклама

(код профессии, специальности СПО)

Специалист по рекламе

(наименование квалификации)

Кафедра: Общественных и гуманитарных дисциплин

Разработчики программы:

Старший преподаватель кафедры ОиГД С. В. Линьков

Программа обсуждена на заседании кафедры ОиГД

Заведующий кафедрой ОиГД

О.В. Зубкова

«22» сентября 2026 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.....	5
6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
6.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	7
6.2 Информационное обеспечение обучения	7
7. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	8
9.ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	10

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

Рабочая программа учебной дисциплины «Полный цикл рекламного производства» является общепрофессиональной дисциплиной 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 у обучающихся системное представление о полном жизненном цикле рекламного продукта – от получения брифа до сдачи готового проекта заказчику и оценки его эффективности; о ролях, этапах, документах и управленческих механизмах, обеспечивающих непрерывность и качество рекламного производства.

Задачи изучения учебной дисциплины:

- изучить структуру полного цикла рекламного производства и содержание его основных этапов;
- рассмотреть функции участников рекламного процесса (заказчик, агентство, креативная группа, производство, медиа);
- освоить подходы к планированию, бюджетированию, контролю сроков и качества на всех этапах;
- сформировать умения работать с проектной и договорной документацией, техническим заданием, календарно-производственным планом;
- изучить нормативно-правовые и экономические аспекты производства рекламного продукта;
- научить оценивать риски, эффективность и результативность полного цикла.

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

Учебная дисциплина «Полный цикл рекламного производства» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС специальности СПО 42.02.01 Реклама квалификация Специалист по рекламе.

Учебная дисциплина «Полный цикл рекламного производства» базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных студентами при изучении дисциплин ОП.04 «Рекламная деятельность», МДК.02.01. Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний, ОП.13 «Копирайтинг».

Знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении данной дисциплины, будут использованы при подготовке дипломного проекта:

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен освоить следующие **компетенции:**

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 изучения дисциплины обучающийся должен:

уметь:

У1 - анализировать полный цикл создания рекламного продукта;

У2 - определять последовательность и взаимосвязь этапов производства;

У3 - формировать предложения по оптимизации производственных процессов;

У4 - работать с договорами, сметами, отчётами и презентациями;

У5- выявлять риски и предлагать способы их минимизации;

У6 - оценивать эффективность завершённого рекламного проекта;;

знать:

З1 - сущность и структуру полного цикла рекламного производства;

З2 - основные этапы: исследование, планирование, креативная разработка, производство, размещение, оценка эффективности;

З3 - функции и зоны ответственности участников рекламного процесса;

З4 - виды рекламных продуктов и требования к ним;

З5 - нормативно-правовые акты, регулирующие рекламную деятельность;

З6 - основы управления проектами, документооборота и контроля качества в рекламном производстве;

З6 - экономические и организационные аспекты производства рекламного продукта.

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Виды нагрузки	<i>очная ФО 1г.10м/2г.10м</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	80
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	54
В том числе:	
теоретическое обучение	18
практические занятия	36
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	26
В том числе:	
работа по темам	13
подготовка докладов по темам	13
Итоговые аттестации	Зачет 4 сем. / 6 сем.

5.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала	Объем часов Очная ФО 1z10м/2z10м	Компетенции	Уровень освоения
1	2	3	5	6
Раздел 1. Теоретические основы полного цикла рекламного производства	Содержание учебного материала	39	ПК 4.1, ПК-4.2	2
	Занятия лекционного типа	8		
	1. Понятие полного цикла рекламного производства. Основные этапы: исследование, планирование, креатив, производство, размещение, оценка. 2. Структура полного цикла и взаимосвязь этапов. 3. Участники рекламного процесса: заказчик, агентство, продюсер, креативная группа, производство, медиа. 4. Модели взаимодействия участников. Договорные отношения. 5. Документационное сопровождение этапов: бриф, техническое задание, календарно-производственный план, смета. 6. Нормативно-правовое регулирование рекламной деятельности. Авторское право.			
	Практические занятия	18		
Раздел 2. Прикладные аспекты полного цикла рекламного	1. Построение схемы полного цикла рекламного производства для конкретного продукта. 2. Анализ ролей участников на примере кейса. 3. Составление технического задания на производство рекламного продукта. 4. Разработка календарного плана рекламной кампании. 5. Правовая экспертиза рекламного продукта.		ПК 4.1, ПК-4.2	2
	Самостоятельная работа студентов	13		
	проработка конспектов, подготовка доклада о современных тенденциях в организации рекламного производства.			
Раздел 2. Прикладные аспекты полного цикла рекламного	Содержание учебного материала	41	ПК 4.1, ПК-4.2	2
	Занятия лекционного типа	10		
	1. Методы планирования в рекламном производстве. 2. Виды бюджетов. Бюджетирование рекламной кампании.			

производства	3. Контроль сроков, бюджета и качества на этапах производства. 4. Управление рисками в рекламном производстве. 5. Критерии качества рекламного продукта. 6. Оценка экономической и коммуникативной эффективности рекламного проекта. 7. Экономические показатели деятельности рекламной организации.			
	Практические занятия 1. Разработка бюджета рекламного проекта. 2. Анализ рисков и разработка мер по их минимизации. 3. Оценка эффективности завершённого рекламного проекта. 4. Расчёт экономических показателей рекламного проекта. 5. Разработка рекомендаций по оптимизации производственных процессов. 6. Создание системы контроля качества рекламного продукта. 7. Презентация результатов полного цикла рекламного производства.	18		
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, подготовка докладов и практических заданий	13		
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)**

6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины «Поведенческая экономика» требует наличия Мультимедийной лекционной аудитории.

Оборудование:

стол преподавателя, столы, стулья, персональный компьютер (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); стационарный видеопроектор с экраном; звуковое оборудование (микрофон, колонки); меловая доска; коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. MicrosoftOffice 2007, 2019. AdobeAcrobat. GoogleChrome, MozillaFirefox., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий

6.2. Информационное обеспечение обучения Основная литература

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 418 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21622-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582993>

2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 418 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21621-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587419>

3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056>

Дополнительная литература

4. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568999>

5. Коноваленко, М. Ю. Реклама. Введение в профессию : учебник для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 298 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21373-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590028>

6. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 459 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557156> (дата обращения: 15.06.2026).

Интернет - ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

п/п	Интернет ресурс (адрес)/система	Описание ресурса/системы
-----	---------------------------------	--------------------------

Профессиональные базы данных		
1.	URL: http://www.neiromarketing.ru/news/72.htm .	Поведенческая экономика: видеолекции от Д. Репина.
2.	blogvotinoff.com , http://freakonomics.com/ , https://thedecisionlab.com/behavioral-insights/	Блоги о прикладных исследованиях в области поведенческой экономики
3.	https://cyberleninka.ru/	Научная электронная библиотека «Киберленинка»
4.	http://consultant.ru/	справочно-информационная система Консультант Плюс
5.	http://garant.ru/	справочно-информационная система «Гарант».

7. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа учебной дисциплины «Поведенческая экономика» обеспечена оценочными материалами для проведения входного (при наличии), текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценочные материалы включают в себя тестовые задания и практические задания по темам и курсовой работы.

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

Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Понятие полного цикла рекламного производства.
2. Основные этапы рекламного производства и их характеристика.
3. Роль и функции заказчика в рекламном процессе.
4. Взаимодействие рекламного агентства и производственных подразделений.
5. Бриф: структура и значение для производства.
6. Техническое задание: содержание и порядок разработки.
7. Календарно-производственный план: назначение и структура.
8. Смета рекламного производства: статьи расходов.
9. Методы планирования рекламного производства.
10. Бюджетирование рекламной кампании: подходы и методы.
11. Контроль сроков и качества на этапах производства.
12. Управление рисками в рекламном производстве.
13. Критерии качества рекламного продукта.
14. Оценка экономической эффективности рекламного проекта.
15. Оценка коммуникативной эффективности рекламного проекта.
16. Правовое регулирование рекламной деятельности.
17. Авторское право в рекламном производстве.
18. Экономические показатели деятельности рекламной организации.
19. Современные тенденции в организации рекламного производства.
20. Особенности производства рекламного продукта для различных носителей..

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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 консультации, 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.). Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др. (указывать конкретно используемые при изучении дисциплины).

Методические указания по подготовке к зачету

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 успешного прохождения контроля являются систематические, добросовестные занятия студента. Однако это не исключает необходимости специальной работы перед сессией и в период сдачи зачета. 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 контролю необходимо еще раз проверить себя на предмет усвоения основных категорий и ключевых понятий курса.

9.ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

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 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			
		Типы рекламных материалов		Характеристики оформления	
		А	Пост в ВК	1	Высокое качество изображений, вертикальная ориентация, четкий призыв к действию в подписи, использование актуальных хештегов
		Б	Карточка товара на сайте	2	Яркая визуальная композиция, короткий заголовок, четкий оффер, кнопка с призывом к действию
		В	Email-рассылка	3	Адаптивный дизайн, персонализированное обращение, информативный преheader, блоки с акциями и спецпредложениями
		Г	Рекламный баннер в Яндекс.Директ	4	Детальные фотографии с разных ракурсов, технические характеристики, описание преимуществ, кнопка «Купить»
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между поисковыми операторами и задачами, которые они помогают решать в рекламной деятельности.			
		А	Б	В	Г

(Уметь)		К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца <table><tr><th colspan="2">Задачи продвижения</th><th colspan="2">Основные цели</th></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>	Задачи продвижения		Основные цели		А	Развлекательный пост	1	Вовлекает аудиторию к участию в активности	Б	Продающий пост	2	Представляет полезную информацию, например, инструкция, факт, пояснение	В	Образовательный пост	3	Пост, направленный на склонение подписчиков совершить целевое действие (купить товар / услуги, оформить подписку)	Г	Вирусный пост	4	Контент, который предназначен для развлечения аудитории, соответствующий тематике сообщества	А	Б	В	Г				
Задачи продвижения		Основные цели																												
А	Развлекательный пост	1	Вовлекает аудиторию к участию в активности																											
Б	Продающий пост	2	Представляет полезную информацию, например, инструкция, факт, пояснение																											
В	Образовательный пост	3	Пост, направленный на склонение подписчиков совершить целевое действие (купить товар / услуги, оформить подписку)																											
Г	Вирусный пост	4	Контент, который предназначен для развлечения аудитории, соответствующий тематике сообщества																											
А	Б	В	Г																											
Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность этапов создания эффективной рекламной кампании в социальных сетях и на сайте, обеспечивающей максимальное воздействие на целевую аудиторию. 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: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>																												
Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)	Прочитайте текст и установите последовательность	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 последовательность	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 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 линейку премиальных средств по уходу за кожей. Необходимо выбрать 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,	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;

фактов, параметров, принципов) (Знать)		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 (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение термина «Пэкшот».
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.

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между этапами разработки рекламного решения и их характеристиками. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Этапы разработки		Характеристики этапов	
		А	Подготовительный этап	1	Проведение тестирования рекламных материалов, анализ метрик, сбор обратной связи
		Б	Этап креативной разработки	2	Создание эскизов, разработка макетов, выбор технических решений
		В	Этап реализации идеи	3	Анализ целевой аудитории, изучение конкурентов, сбор референсов
		Г	Этап оценки эффективности	4	Генерация идей, мозговой штурм, создание концепции
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		А		Б	
		В		Г	
Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между методами улучшения обратной связи и их характеристиками. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Методы		Характеристики	
		А	Опросы и анкетирование	1	Мониторинг упоминаний бренда в социальных сетях, анализ настроений аудитории
		Б	Интерактивный контент	2	Система бонусов, скидок и привилегий для постоянных клиентов
		В	Социальные прослушивания	3	Создание опросов, тестов, викторин для вовлечения аудитории
		Г	Программы	4	Сбор мнений и

		<table><tr><td></td><td>лояльности</td><td></td><td>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>		лояльности		предпочтений целевой аудитории через структурированные вопросы	А	Б	В	Г				
	лояльности		предпочтений целевой аудитории через структурированные вопросы											
А	Б	В	Г											
Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последовательность	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>												
Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)	Прочитайте текст и установите последовательность	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; 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: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>												
Задание закрытого типа на установление последовательности (Практический опыт)	Прочитайте текст и установите последовательность	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: <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	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 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	Какой из подходов к разработке рекламного проекта обеспечит наиболее эффективное достижение поставленных целей? 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, последовательности) (Практический опыт)	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. 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 (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение термина «Арт-дирекшн».
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 функционирование 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 видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)	Прочитайте текст и установите соответствие	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			
		Программное обеспечение		Функции ПО	
		А	Adobe Photoshop	1	Простой графический редактор для базовых операций с изображениями (рисование, обрезка, заливка)
		Б	Krita	2	Профессиональная

		<table><tr><td></td><td></td><td></td><td>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><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				обработка фото, ретушь, работа со слоями и фильтрами	В	DaVinci Resolve	3	Создание цифровой живописи и иллюстраций, поддержка графических планшетов	Г	Microsoft Paint	4	Монтаж видео, цветокоррекция, работа со звуком	А	Б	В	Г												
			обработка фото, ретушь, работа со слоями и фильтрами																											
В	DaVinci Resolve	3	Создание цифровой живописи и иллюстраций, поддержка графических планшетов																											
Г	Microsoft Paint	4	Монтаж видео, цветокоррекция, работа со звуком																											
А	Б	В	Г																											
Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)	Прочитайте текст и установите соответствие	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 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>	Сервисы аналитики		Функции сервисов		А	Яндекс.Метрика	1	Анализ поведения пользователей на сайте, отслеживание конверсий и источников трафика	Б	Google Analytics	2	Управление рекламными кампаниями в социальных сетях ВКонтакте и Одноклассники	В	MyTarget	3	Комплексный анализ веб-трафика, построение воронки продаж и сегментация аудитории	Г	VK Ads	4	Размещение и оптимизация рекламных кампаний с оплатой за клик или показы	А	Б	В	Г				
Сервисы аналитики		Функции сервисов																												
А	Яндекс.Метрика	1	Анализ поведения пользователей на сайте, отслеживание конверсий и источников трафика																											
Б	Google Analytics	2	Управление рекламными кампаниями в социальных сетях ВКонтакте и Одноклассники																											
В	MyTarget	3	Комплексный анализ веб-трафика, построение воронки продаж и сегментация аудитории																											
Г	VK Ads	4	Размещение и оптимизация рекламных кампаний с оплатой за клик или показы																											
А	Б	В	Г																											
Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последовательность	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:
Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)	Прочитайте текст и установите последовательность	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:
Задание закрытого типа на установление последовательности (Практический опыт)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность этапов оформления рекламного носителя (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	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие	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?

обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	выбор ответа	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 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	При разработке корпоративного сайта для крупного бренда необходимо выбрать оптимальную структуру, которая обеспечит 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,	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.

последовательности) (Практический опыт)		
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 типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение термина «Инфографика».