



Реклама



Государственное автономное профессиональное
образовательное учреждение
Стерлитамакский многопрофильный профессиональный колледж

СОГЛАСОВАНО
Руководитель
организации заказчика

(подпись) _____
(инициалы, фамилия)

« 06 » _____ 2021 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор ГАПОУ СМПК


А.Н. Усевич

« 06 » _____ 2021 г.



Дополнительная профессиональная программа
профессиональной переподготовки
“Рекламные технологии”

Стерлитамак, 2021 год



1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Цель реализации программы

Целью реализации программы профессиональной переподготовки является:

– получение компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности: коммуникации с заказчиком, ключевые элементы рекламной кампании и ее планирование, SEO-копирайтинг, графика и инфографика, создание и публикация мини-сайта, организация и проведение презентаций;

Формирование профессиональных компетенций, необходимых для приобретения квалификации «Специалист по рекламе».

1.2. Характеристика нового вида профессиональной деятельности и (или) присваиваемой квалификации

а) Область профессиональной деятельности: организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

б) Объекты профессиональной деятельности являются: рекламные продукты: рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете, корпоративная и имиджевая рекламы, реклама в полиграфии;

рекламная кампания;

выставочная деятельность;

технологические процессы изготовления рекламного продукта;

рекламные коммуникативные технологии;

первичные трудовые коллективы.

в) Виды профессиональной деятельности:

4.3.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

4.3.2. Производство рекламной продукции.

4.3.3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

4.3.4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

г) Достижение 6 уровня квалификации в соответствии с профессиональным стандартом Маркетолог.

1.3. Планируемые результаты обучения

Выпускник, освоивший программу «Рекламные технологии» должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа:

Слушатель должен знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя;
- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- технологию создания Интернет-рекламы;
- аппаратное и программное обеспечение;
- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка;
- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;

Слушатель должен уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;
- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;

Процесс освоения программы направлен на совершенствование элементов следующих компетенций:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

1.4. Программа разработана на основе:

Профессионального стандарта: Маркетолог, приказ № 366н, 04.06.2018г.

(наименование, номер приказа и дата утверждения)

Конкурсного задания соревнований «Молодые профессионалы» WORLDSKILLS RUSSIA по компетенции Реклама; требований ФГОС СПО по направлению подготовки 42.02.01 Реклама.

(шифр, наименование)

2.2.Содержание дисциплины Рекламные технологии

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Форма контроля и (или) реализации
Раздел 1. Коммуникация с заказчиком		20	
Тема 1.1. Создание брифа	Содержание материала	6	
	1. Основные понятия рекламы. Цели и задачи рекламы. Функции рекламы		
	2. Бриф и его составляющие компоненты		
	3. Дебриф (креативный бриф)		
	Практические занятия	4	
1. Разработка брифа и дебрифа по техническому заданию			
Тема 1.2. Анализ рынка и конкурентной среды	Дистанционное занятие	10	
	1. Рекламный рынок как организационная система. Мировой рынок рекламы.		
	2. Анализ конкурентной среды		
	3. Правовое регулирование рекламной деятельности		
Раздел 2. Ключевые элементы рекламной кампании		26	
Тема 2.1. Элементы рекламной кампании	Содержание материала	10	
	1. Инсайт и его составляющие. Поиск рекламной идеи. Бренд и его продвижение.		
	2. Нейм, как основной элемент идеи рекламной кампании		
	3. Целевая аудитория.		
	Практические занятия	4	
1. Создание нейма и тестирование его на оригинальность			
Тема 2.2. Рекламный слоган	Дистанционное занятие	8	
	1. Понятия и функции слогана. Методика написания слоганов.		
	2. Психологическое воздействие на целевую аудиторию		
	Практические занятия	4	
	Разработка слогана кампании (на основе ранее выделенного инсайта) и тестирование его на оригинальность.		
Раздел 3. SEO-копирайтинг		40	
Тема 3.1. Копирайтинг	Содержание материала	18	
	1. Стиль и семиотика рекламы.		
	2. Язык имиджа в рекламе.		
	3. Ключевые слова с интернет-инструментов (Яндекс.Директ, Google AdWords и		

	других аналогичных инструментов)		
	Практические занятия	6	
	1. Написание рекламного текста 300 знаков с использованием 4-5 найденных ключевых слов с интернет-инструментов (Яндекс.Директ, Google AdWords и других аналогичных инструментов)		
Тема 3.2. Язык рекламы	Дистанционное занятие	16	
	1. Алгоритм рекламного текста.		
	2. Структуры и функции рекламного текста		
	3. Выразительные средства речи в рекламе		
Раздел 4. Графика и инфографика		90	
Тема 4.1. Графический редактор Adobe Illustrator.	Содержание материала	32	
	1. Основные элементы графики.		
	2. Инструменты Adobe Illustrator.		
	3. Интерфейс Adobe Illustrator.		
	Практические занятия	28	
	1. Упражнения в программе Adobe Illustrator.		
Тема 4.2. Инфографика	Дистанционное занятие	20	
	1. Виды инфографики		
	2. Основные элементы инфографики.		
	Практические занятия	10	
	1. Выполнение упражнений по инфографике в рекламной полиграфии		
	2. Выполнение элементов оформления сайта в инфографике		
Раздел 5. Планирование рекламной кампании (РК)		30	
Тема 5.1. Планирование рекламной деятельности	Содержание материала	10	
	1. Исследования в рекламе		
	2. Концепция уникального торгового предложения		
	3. Концепция рекламного позиционирования		
	4. Современные рекламные стратегии		
	5. Оценка эффективности в рекламе		
	Практические занятия	20	
	1. Разработка плана рекламной кампании		
	2. Определение каналов продвижения торговой марки		

	3.	Определение перспективных каналов в интернет-среде		
	4.	Указание потенциальных способов оценки эффективности РК в интернете		
Раздел 6. Визуализация в интернет-среде			38	
Тема 6.1. Разработка одностраничного сайта	Содержание материала		30	
	1.	Лендинг-пейджа – что это такое и как оно работает.		
	2.	Разработка визуальной концепции лендинг-пейджа в рамках РК		
	3.	Структура продающего лендинга		
	4.	Конструктор сайтов		
	Практические занятия		8	
1.	Создать Лендинг-пейдж используя конструктор сайтов на выбор (Wix, Tilda, Flexbe, LPgenerator и другие)			
Раздел 7. Презентация (защита)			56	
Тема 7.1. Визуальное представление продукта	Содержание материала		20	
	1.	Виды презентаций: по целям и задачам; по содержанию; по способу демонстрации; по способу выполнения; по типу носителя; по типу формата;		
	2.	Структура презентации: вступление, основная часть, кульминация, заключение		
	3.	Дизайн презентации: цвет, шрифт.		
	4.	Правила составления презентации.		
	Практические занятия		8	
1.	Составить презентацию по техническому заданию			
Тема 7.2. Правила защиты презентации	Дистанционное занятие		20	
	1.	Правила для защиты презентации (внешний вид, речь, уверенность, артистизм, отличное знание рекламируемого продукта)		
	2.	Эмоциональная и рациональная защита продукта для целевой аудитории		
	Практические занятия		8	
1.	Составить речь и провести защиту рекламного продукта по презентации.			
		Всего часов	300	
		Квалификационный экзамен		

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-технические условия реализации программы

Наименование учебного помещения	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
Мастерская Рекламы	<i>Лекции, лабораторные и практические занятия, тестирование, демонстрационный экзамен</i>	Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета: Кресло компьютерное <ul style="list-style-type: none">• Стол учебный (1000x650, полка под системный блок)• Доска магнитно-маркерная 100x150 см., лаковое покрытие металлическая рама• Стол преподавательский (1500x700, 3 ящика, полка под системный блок)• Стол под принтер (1200x700)• Столы компьютерные (1500x650)• Столы компьютерные (1200x650)• Шкаф стеллаж комбинированный (2500*520*2700) Технические средства обучения: <ul style="list-style-type: none">• МФУ лазерное Kyocera ECOSYS M2040dn• Наушники проводные с микрофоном (HyperX Cloud Stinger Core for PC HX-HSCSC2-ВК черный)• Пульт для презентаций Trust Puntero Wireless Laser Presenter• Веб-камера ZET GAMING Cyclop M100R1• Коммутатор D-Link DGS-1210-20/FL• Системный блок Intel• Клавиатура Sven KB-S305• Мышь Defender Alfa GM-703L черный• Монитор 27"• экран;• мультимедийный проектор;• акустическая система.
Типография	<i>Лабораторные и практические занятия на учебной практике</i>	Полиграфическое оборудование для печати различного формата (ноутбуки, компьютер, МФУ принтер А4 ч/б, А3 цветной; широкоформатный принтер-плоттер)

3.2. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с инвалидностью и ОВЗ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основе адаптированных программ, при необходимости для обучения данной категории обучающихся.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организовано совместно с другими обучающимися.

Обучение с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

В колледже созданы специальные условия для получения образования, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья:

- создание специальных социально-бытовых условий, обеспечивающих возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения колледжа, а также их пребывания в указанных помещениях (пандусы с входными группами, телескопические пандусы, перекатные пандусы, гусеничные мобильные подъемники, поручни) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата;
- использование в образовательном процессе специальных методов обучения и воспитания (организация отдельного учебного места вблизи размещения демонстрационного оборудования, дублирование основного содержания учебно-методического обеспечения в адаптированных раздаточных материалах, обеспечение облегченной практической деятельности на учебных занятиях, предупреждение признаков переутомления с помощью динамических пауз, соблюдение рационального акустического режима и обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации, замедленный темп индивидуального обучения, многократное повторение, опора на сохранные анализаторы, функции и системы организма, опора на положительные личностные качества);
- обеспечение преподавателем-предметником организации технической помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

3.3. Учебно-методическое обеспечение программы

Основные источники:

1. Марочкина С.С. Введение в специальность. Реклама: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021. - 239 с. -(Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01657-3. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028705>

2. Чехов А.П. Реклама [Электронный ресурс] / А.П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2020. - 2 с. - Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518474> - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/518474>

3. Ткаченко Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. — 335 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01568-2. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028594>

4. Блюм М.А. Маркетинг рекламы: учеб. пособие / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. — 2-е изд. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019.

5. Эриашвили Н.Д. Правовое регулирование рекламной деятельности: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н.Д. Эриашвили - М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2018.

Дополнительная литература:

1. Синяева И.М. Маркетинг PR и рекламы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / И.М. Синяева; под ред. И.М. Синяевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019.

2. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер: Учебное пособие / Котлер Ф., Виноградов А.П., Чех А.А., - 7-е изд. - М.: Альпина Пабли., 2020.

3. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)

Интернет - ресурсы:

1. <http://www.marketolog.ru/>

2. <http://www.marketing.spb.rW-энциклопедия>

3. <http://www.marketingandresearch.ru/-журнал>

4. <http://marketingmix.com.ua/-маркетинг>

5. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

3.4. Кадровые условия реализации программы

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по программам повышения квалификации: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого курса по специальности «Реклама», профессии «Маркетолог». Обязательное прохождение преподавателями курсов повышения квалификации в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой.

Педагогический состав: высшее профессиональное образование по специальности «Реклама», профессии «Маркетолог» со стажем работы по специальности не менее 3 лет.

3.5. Оценка качества освоения программы

Промежуточный контроль по программе предназначена для оценки освоения слушателем модулей программы и проводится в виде зачетов и (или) экзаменов. По результатам любого из видов итоговых промежуточных испытаний, выставляются оценки «зачтено»/«не зачтено» или «отлично»/«хорошо»/«удовлетворительно»/«неудовлетворительно».

Критерии оценивания КИМ

Оценка	% выполнения тестовых заданий
Оценка «5»	90-100 %
Оценка «4»	70-90 %
Оценка «3»	50-70%
Оценка «2»	менее 50 %

Итоговая аттестация проводится в форме квалификационного экзамена, который включает в себя практическую квалификационную работу (в форме демонстрационного экзамена) и проверку теоретических знаний (тестирование).

Для итоговой аттестации используется КОД № ___ по компетенции «_____», размещенный в соответствующем разделе на электронном ресурсе esat.worldskills.ru.

Критерии оценки демонстрационного экзамена

Минимальное количество линейных экспертов, участвующих в оценке демонстрационного экзамена по компетенции Реклама	3 человека
---	------------

Рекомендуемая схема перевода результатов демонстрационного экзамена из столбальной шкалы в пятибалльную

Оценка	«2»	«3»	«4»	«5»
Отношение полученного количества баллов к максимально возможному (в процентах)	0,00% - 19,99%	20,00% - 39,99%	40,00% - 69,99%	70,00% - 100,00%

При этом общее максимальное количество баллов за выполнение задания демонстрационного экзамена одним студентом, распределяемое между модулями задания, принимается за 100%. По итогам выполнения задания баллы, полученные студентом, переводятся в проценты выполнения задания.

МОДУЛИ ЗАДАНИЯ И НЕОБХОДИМОЕ ВРЕМЯ

№ п/п	Наименование модуля	Рабочее время	Время на задание
1	Модуль 1. Коммуникация с заказчиком	С1 09.00-10.30	1,0 часа
2	Модуль 2. Ключевые элементы РК	С1 10.30-12.00	1,0 часа
3	Модуль 3. SEO-копирайтинг	С1 12.00-13.30	1,0 часа
4	Модуль 4. Графика и инфографика	С1 14.30-17.00	2,0 часа
5	Модуль 5. Планирование рекламной кампании	С2 9.00-12.00	3,0 часа
6	Модуль 6. Визуализация в интернет-среде	С2 13.00–17.00	3,5 часа
7	Модуль 7. Презентация	С3 9.00-13.00	0,20 часа

Модуль 1. Составление брифа

Данные:

- Карточка объекта рекламирования (Техническое задание)

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
- Разработка креативного брифа (дебрифа)

Ожидаемые результаты:

- Рабочий файл брифа в формате MS Word с названием *бриф*
- Рабочий файл креативного брифа (дебрифа) в Pdf-формате с названием *дебриф*
- Файл с результатами анализа рынка и конкурентной среды в формате MS Word с названием *анализ рынка*
- Все файлы расположить в папке с названием *Модуль 1*

Особые условия:

- Доступ в интернет открыт на поиск и скачивание
- Доступ к чатам, почте и другим средствам обмена и контактов запрещен

Модуль 2. Разработка ключевых элементов рекламной кампании

Данные:

- Карточка объекта рекламирования (Техническое задание)
- Анализ рынка и конкурентной среды
- Бриф
- Креативный бриф (Дебриф)

Выполняемая работа:

- Выделение ключевого инсайта кампании (на основе анализа конкурентной среды, анализа ситуации на рынке)
- Разработка нейма и тестирование его на оригинальность
- Разработка слогана кампании (на основе ранее выделенного инсайта) и тестирование его на оригинальность
- Первичная визуализация идеи (через mood board)

Ожидаемые результаты:

- Итоговый вариант ключевого инсайта
- 2-5 предварительных вариантов нейма и слоганов
- Итоговые варианты нейма и слогана
- Скриншоты экрана, подтверждающие оригинальность нейма и слогана
- Скриншоты экрана при выборе ключевых слов
- Варианты неймов (не менее четырех) (файл в MS Word)
- Все варианты расположить на макете mood board формате PDF для печати на формате А4 с названием *mood board*
- Все файлы расположить в папке с названием Модуль В

Особые условия:

- Доступ в интернет открыт на поиск и скачивание
- Доступ к чатам, почте и другим средствам обмена и контактов запрещен

Модуль 3. SEO-Копирайтинг

Данные:

- Карточка объекта рекламирования (Техническое задание)
- Анализ рынка и конкурентной среды
- Бриф
- Креативный бриф (Дебриф)
- Варианты нейма
- Макет mood board

Выполняемая работа:

- Выявление ключевых слов с помощью интернет-инструментов (Яндекс.Директ, Google AdWords и других аналогичных инструментов)
- Написание рекламного текста 500 знаков с использованием 4-5 найденных ключевых слов

Ожидаемые результаты:

- Перечень ключевых слов с простой аналитикой (файл в MS Word) с названием *перечень*
- Подтверждающие аналитику скрины экрана
- Рекламный текст 500 знаков с использованием 4-5 найденных ключевых слов (файл в MS Word) с названием *рекламный текст*
- Все файлы расположить в папке с названием *Модуль 3*

Особые условия:

- Доступ в интернет открыт на поиск и скачивание
- Доступ к чатам, почте и другим средствам обмена и контактов запрещен

Модуль 4. Графика и инфографика

Данные:

- Карточка объекта рекламирования (Техническое задание)
- Анализ рынка и конкурентной среды
- Бриф
- Креативный бриф (Дебриф)
- Варианты нейма
- Макет mood board
- Рекламный текст

Выполняемая работа:

- Визуализация торговой марки (логотип, инфографика)
- Разработка вариантов логотипа (2-5 шт.)
- Выбор окончательного варианта (конвертация в стандарт, приемлемый для мини сайта)
- Разработка инфографики (2-5 вариантов)
- Выбор не менее 2 итоговых вариантов (конвертация в стандарт, приемлемый для мини сайта)

Ожидаемые результаты:

- Наличие логотипа в PDF формате А4 с названием *логотип*
- Наличие не менее 2 различающихся файлов инфографики в PDF формате А4 с названием *инфографика*
- Все файлы расположить в папке с названием *Модуль 4*

Особые условия:

- Доступ в интернет закрыт
- Доступ к чатам, почте и другим средствам обмена и контактов запрещен

Модуль 5. Планирование рекламной кампании (РК)

Данные:

- Карточка объекта рекламирования (Техническое задание)
- Анализ рынка и конкурентной среды
- Бриф
- Дебриф
- Варианты нейма
- Макет mood board
- Рекламный текст 500 знаков с использованием 4-5 найденных ключевых слов (файл в MS Word)
- Результаты, полученные в ходе модуля 4

Выполняемая работа:

- Разработка плана рекламной кампании (РК)
- Определение каналов продвижения торговой марки
- Определение перспективных каналов в интернет-среде
- Указание потенциальных способов оценки эффективности РК в интернете

Ожидаемые результаты:

- Таблица с планом рекламной кампании (MS-Word) с названием *РК*
- Список каналов продвижения торговой марки (MS-Word, тот же файл с планом РК)
- Список перспективных каналов в интернет-среде (MS-Word, тот же файл с планом РК)
- Файл с перечнем потенциальных способов оценки эффективности РК в интернете (MS-Word)
- Файл РК расположить в папке с названием *Модуль 5*

Особые условия:

- Доступ в интернет открыт на поиск и скачивание
- Доступ к чатам, почте и другим средствам обмена и контактов запрещен

Модуль 6. Визуализация в интернет среде

Данные:

- Карточка объекта рекламирования (Техническое задание)
- Анализ рынка и конкурентной среды
- Бриф
- Креативный бриф (Дебриф)
- Варианты нейма
- Макет mood board
- Рекламный текст 500 знаков с использованием 4-5 найденных ключевых слов (файл в MS Word) (продукт Модуля 3)
- Логотип и инфографика
- План рекламной кампании

Выполняемая работа:

- Разработка визуальной концепции лендинг-пейджа в рамках РК
- Размещение макета лендинг-пейджа в интернете

Ожидаемые результаты:

- Файл с макетом мини сайта (лендинг-пейджа) с названием *сайт* в папке *Модуль 6*
- Ссылка на размещенный в интернете лендинг-пейджа

Особые условия:

- Доступ в интернет открыт для разработки и публикации мини сайта
- Доступ к чатам, почте и другим средствам обмена и контактов запрещен

Модуль 7. Подготовка и проведение презентации

Данные:

- Карточка объекта рекламирования (Техническое задание)
- Бриф (Модуль 1)
- Креативный бриф (Дебриф) (Модуль 1)
- Отобранная версия нейма (по результатам модуля 2)
- Макет mood board (по результатам модуля 2)
- Рекламный текст (по результатам модуля 3)
- Скриншоты экранов из модулей 1 и 2
- Файл логотипа (продукт Модуля 4)
- Инфографика (продукт Модуля 4)
- Рекламный текст 500 знаков с использованием 4-5 найденных ключевых слов (файл в MS Word) (продукт Модуля 3)
- План рекламной кампании (продукт Модуля 5)
- Файл логотипа в векторном и растровом формате (продукт Модуля 4)
- 2-4 черновых вариантов логотипов (продукт Модуля 5)
- Файл с макетом лендинг-пейджа (продукт Модуля 6)
- Ссылка на размещенный в интернете лендинг-пейджа

Выполняемая работа:

- Подготовка и сбор материалов для итоговой презентации проекта (из модулей 1, 2, 3, 4, 5, 6).
- Подготовка электронной презентации (слайд-шоу, видео, анимация, скрайбинг и другие формы).
- Публичная защита презентации проекта

Ожидаемые результаты:

- Итоговая электронная презентационная продукция (файл произвольного формата или иная форма коммуникации) с названием *презентация* в папке *Модуль 7*
- Проведение итоговой защиты проекта (презентации)

Особые условия:

- Доступ в интернет открыт на поиск и скачивание
- Доступ к чатам, почте и другим средствам обмена и контактов запрещен