**Практичне заняття № 8** **(2 год.)**

**Модульна контрольна робота.**

**Зразок модульної контрольної роботи**

**Рівень 1. Тест (у тесті буде запропоновано 5 питань)**

1. До основних методів отримання первинної інформації належать:

1)

2)

3)

4)

5)

2. Основними статтями рекламного бюджету в залежності від функціонального призначення є:

1)

2)

3)

4)

5) і т.д.

3. Розподіл рекламних асигнувань здійснюється за такими напрямами:

1)

2)

3)

4)

5)

**Рівень 2. Креативний**

Створити ієрархію рис портрета професіонала-рекламіста із запропонованих фахових умінь та психологічних характеристик, обравши саме ті, що притаманні людям цієї професії (з приміткою обов’язково/бажано й роз’ясненням, для чого спеціалісту з реклами необхідні ті чи ті вміння):

• досвід журналістської роботи

• володіння майстерністю копірайтингу

• підготовка в галузі менеджменту

• підготовка у сфері логістики

• підготовка в галузі планування

• знання з маркетингу

• базова освіта

• досвід проведення рекламних кампаній

• психологічна стійкість

• дизайнерські вміння

**Практичне заняття № 16** **(2 год.):**

**Модульна контрольна робота.**

**Зразок модульної контрольної роботи**

**Рівень 1. Тест (у тесті буде запропоновано 5 питань)**

* 1. Основними складниками рекламної стратегії є:

1)

2)

3)

4)

5) і.т.д.

2. Рекламне оголошення включає такі структурні компоненти:

1)

2)

3)

4)

5) і.т.д.

3. Рекламна кампанія супроводжується такими документами:

1)

2)

3)

4)

5) і.т.д.

**Рівень 2. Креативний**

**Послідовно розташуйте етапи проведення рекламної кампанії:** визначення й детальне вивчення аудиторії; визначення рекламної ідеї та рекламної концепції; визначення попередньої суми на проведення рекламної кампанії; виробництво рекламоносіїв; визначення ефективності рекламної кампанії; практична реалізація рекламних заходів; визначення відповідальних за проведення рекламної кампанії; визначення рекламних засобів та оптимальних каналів комунікації; розробка рекламних звернень; формування кошторису витрат на проведення кампанії, що зіставляється з попередніми асигнуваннями; створення детального розгорнутого плану основних заходів рекламної кампанії з зазначенням термінів проведення.

**САМОСТIЙНА РОБОТА**

**Тема 3. Тестування і оцінка зразків реклами (4 год.)**

**Практичне заняття №5 (2 год.):** Фахово-ділова гра: «Тестування й оцінка зразків реклами».

**Питання, що повинні бути засвоєні самостійно (2 год.):**

1. Значимість «пілотного прогону» рекламного продукту.
2. Процедура й методи попереднього «прогону» зразків реклами.

**Тема 4. Оцінка результатів проведеної рекламної кампанії (2 год.)**

(тільки на самостійне вивчення)

**Питання, що повинні бути засвоєні самостійно (2 год.):**

1. Поняття, рівні та види контролю рекламної діяльності.
2. Оперативний і тактичний контроль реклами.
3. Ефективність реклами.

**Тема 5. Документальний супровід рекламної кампанії (4 год.)**

**Практичне заняття №6 (2 год.):** Тренінг «Розробка прайс-листа».

**Питання, що повинні бути засвоєні самостійно (2 год.):**

1. Укладання договору між замовником рекламної кампанії та виконавцем.
2. Прайс-лист на надання рекламних послуг: вимоги щодо оформлення.
3. Звітна документація у рекламній діяльності.

**Завдання для самостійної роботи**

Підготувати зразок договору між рекламним агентством та замовником щодо надання рекламних (інформаційних) послуг.

**Тема 6. Морально-етичні та правові засади рекламної діяльності (6 год.)**

**Практичне заняття №7 (2 год.):** Дискусія – «Питання моралі етики та права в рекламній діяльності: проблема відповідальності».

**Питання, що повинні бути засвоєні самостійно (2 год.):**

* 1. Морально-етичні аспекти реклами.
	2. Правові засади рекламної діяльності.
	3. Соціальна відповідальність рекламістів і саморегулювання рекламної галузі.

**Завдання для самостійної роботи (2 год.)**

Дібрати 5 зразків реклами, в якій не дотримано морально-етичних норм, та 5 зразків, у яких порушують Закон. Чітко вказати на недоліки.

**IНДИВIДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ**

**(розробляється протягом семестру; оцінюється в 20 балів)**

**Таблиця 1. Оцінка стану вашої організації**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Предмет оцінки**  | **Сильні сторони організації** | **Слабкі сторони організації** |
| ОрганізаціяСтруктураМісце розташуванняПриміщенняВідділиСпівробітникиМетоди діяльності |  |  |

Оцінку здійснено (дата)

**Таблиця 2. Оцінка вашої продукції (послуги)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Предмет оцінки** | **Позитивні якості** | **Негативні якості** |
| НовизнаРізноманітністьЯкістьДоступністьІнше |  |  |

Оцінку здійснено (дата)

**Таблиця 3. Оцінка конкурентів**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Предмет оцінки** | **Сильні сторони** | **Слабкі сторони** |
| ПослугиМаркетингова діяльністьРекламна діяльністьПР-тактикаІнше |  |  |

Оцінку здійснено (дата)

**Таблиця 4. Аналіз вашого місця на ринку**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Предмет аналізу** | **Позитивні характеристики** | **Негативні характеристики** |
| Поточна ситуація на ринкуОчікувана ситуаціяПостійні організаціїІнші учасники ринкуЧинники зовнішнього впливуІнше |  |  |

Оцінку здійснено (дата)

**Таблиця 5. Аналіз вашої аудиторії**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Індивідуальні клієнти** | **Бізнес-клієнти** | **Звички клієнтів** |
| Ім’я ВікСтатьОсобистий статусПрофесійний статусСоціальний станРівень доходівАдресаСпособи комунікаціїЧисельність в теперішній часМожлива чисельністьПогляди | НазваТип фірмиКількісні показникиСфера діяльностіВиди продукції/сервісуГоловний показникАдреса регіонСпособи комунікаціїЧисельність в теперішній часМожлива чисельністьПогляди | Дані щодо розрахунківДані щодо замовленьДані щодо ЗМІПогляди, переваги, переконання |

Оцінку здійснено (дата)

**Таблиця 6. Порівняння аудиторій**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Аудиторія ЗМІ та інших комунікаційних каналів** | **Цільова аудиторія** | **Параметри взаємопроникнення** |
| ЧисельністьВікСтатьСоціальний статусМісцезнаходженняІнше | ЧисельністьВікСтатьСоціальний статусМісцезнаходженняІнше |  |

Оцінку здійснено (дата)

**Таблиця 7. Програма рекламування**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Складений** | **Дата** |
| Тижневий план |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Деталі |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Рекламне послання |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Тактика |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Комунікаційні канали |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Витрати  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Таблиця 8. План проведення рекламної кампанії**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **План рекламної кампанії** | **Кампанія** | **Складений** | **Кількість** |
| **Тривалість** | **Підпис** | **Дата** |
| **Тижневий розклад** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Заходи** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Складено (дата)