



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВОСТОЧНО-ЕВРОПЕЙСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
Пушкинская ул., д. 268, 426008, г. Ижевск. Тел.: (3412) 77-68-24. E-mail: mveu@mveu.ru, www.mveu.ru
ИНН 1831200089. ОГРН 1201800020641

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

по выполнению практических работ

при изучении учебной дисциплины

ОП.08 СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА РЕКЛАМНЫХ И ПИАР-КОМПАНИЙ

по специальности

42.02.01 Реклама

В процессе практического занятия учащиеся выполняют одну или несколько практических работ (заданий) под руководством преподавателя в соответствии с изучаемым содержанием учебного материала.

Ведущей дидактической целью практических занятий является формирование практических умений, необходимых в последующей учебной деятельности по общепрофессиональным и специальным дисциплинам; практические занятия занимают преимущественное место при изучении общепрофессиональных и специальных дисциплин. Состав и содержание практических занятий направлены на реализацию Государственных требований.

Наряду с формированием умений и навыков в процессе практических занятий обобщаются, систематизируются, углубляются и конкретизируются теоретические знания, вырабатывается способность и готовность использовать теоретические знания на практике, развиваются интеллектуальные умения.

Практические занятия проводятся в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Выполнение обучающимися практических занятий включает как обязательный компонент практические задания с использованием персональных компьютеров.

Практические задания с использованием персональных компьютеров (практические занятия №1-15) проводятся в лаборатории информатики и вычислительной техники.

К практическим работам предъявляется ряд требований, основным из которых является полное, исчерпывающее описание всей проделанной работы, позволяющее судить о полученных результатах, степени выполнения заданий и профессиональной подготовке учащихся.

I. Практические работы:

**Тема практической работы № 1. Придумать товар/услугу, объем часов 2
У1 разрабатывать планы организации рекламных кампаний;**

Цель практической работы

Изучить деятельность компаний. Определить на каком рынке работает компания (B2C, B2B)

Задания:

Придумать товар/услугу. Товар/услуга должна быть из реального сектора экономики, пример (Салон красоты, фитнес-клуб, стоматология, блокнот ручной работы и т.д.)

Задание сдаётся в виде презентации

Тема практической работы № 2. Определить идею рекламной или PR кампании, объем часов 2

У1 разрабатывать планы организации рекламных кампаний;

Цель практической работы

Научиться анализировать рекламные кампании, искать идеи из различных областей знаний

Задания:

Разработать идею рекламной кампании.

Задание сдаётся в виде презентации

Тема практической работы № 3. Определить вид рекламной кампании, объем часов 2

У1 разрабатывать планы организации рекламных кампаний;

Цель практической работы

Научиться определять виды рекламных кампаний

Задания:

Определить какой вид рекламной кампании будет использоваться в рекламе:

- традиционная кампания в СМИ;
- сезонная стимулирующая кампания;
- кампания по запуску продукта;
- кампания по повышению узнаваемости бренда;

Объяснить на примере, каким образом будет использоваться выбранный вид.

Задание сдаётся в виде презентации

Тема практической работы № 4. Определить какую функцию несет рекламная кампания, объем часов 2

У1 разрабатывать планы организации рекламных кампаний;

Цель практической работы

Научиться определять какую функцию несет рекламная кампания

Задания:

На примере вида рекламной кампании разработать какую функцию будет нести рекламная кампания

- Создаёт осведомлённость о товарах и брендах. Информация о товарах и брендах.
- Формирует имидж бренда. Формирования имиджа товара и бренда.
- Убеждает людей. Убеждение потенциальных покупателей в приобретении товаров.
- Создаёт стимулы к совершению действий. Стимулирование спроса на товары.

- Обеспечивает напоминание. Обеспечение напоминания о необходимости приобретения товаров.
- Подкрепляет прошлый опыт покупок. Подкрепление прошлого опыта покупок.

Задание сдаётся в виде презентации

Тема практической работы № 5. Определить PR кампанию, какую разновидность кампании будем продвигать, объем часов 2

У1 разрабатывать планы организации рекламных кампаний;

Цель практической работы

Научиться анализировать и определять типы PR кампаний

Задания:

На примере собственной компании предложить какой тип кампании подойдет для вашего товара/услуги.

Тема практической работы № 6. Разработать презентацию по типу PR кампаний, объем часов 2

У1 разрабатывать планы организации рекламных кампаний;

Цель практической работы

Научиться анализировать и определять типы PR кампаний

Задания:

Подготовить презентацию по типам PR кампаний

Тема практической работы № 7. Разработать цель рекламной или PR кампании, объем часов 2

У1 разрабатывать планы организации рекламных кампаний;

Цель практической работы

Научиться определять цель рекламной кампании

Задания:

На основе анализа определить цель рекламной кампании для собственного товара/услуги

Тема практической работы № 8. Провести анализ конкурентов, объем часов 2

У1 разрабатывать планы организации рекламных кампаний;

У3 анализировать полученные результаты и представлять их в виде отчетов;

Цель практической работы

Научить проводить анализ конкурентов

Задания:

Провести анализ конкурентов (SWOT анализ)



Тема практической работы № 9. Предоставить список каналов продвижения с ценами и аналитикой, объем часов 2

У1 разрабатывать планы организации рекламных кампаний;

У3 анализировать полученные результаты и представлять их в виде отчетов;

Цель практической работы

Научиться анализировать каналы продвижения

Задания:

Предоставить не менее 5-ти каналов продвижения используя ATL и BTL рекламу. Указать стоимость каждого канала продвижения и обосновать выбор каждого канала.

Тема практической работы № 10. Разработать идею рекламной или PR кампании, объем часов 4

У1 разрабатывать планы организации рекламных кампаний;

Цель практической работы

Научиться анализировать и на основе анализа разрабатывать идеи рекламной кампании

Задания:

На основе анализа конкурентов, разработать идею рекламной кампании и сравнить с первоначальной идеей рекламной кампании.

Тема практической работы № 11. Разработать план рекламной или PR кампании, объем часов 4

У1 разрабатывать планы организации рекламных кампаний;

Цель практической работы

Научиться анализировать и на основе анализа планировать рекламную кампанию

Задания:

Разработать план рекламной кампании, включающий в себя:

- цель рекламной кампании
- задачи рекламной кампании
- каналы продвижения
- сроки проведения рекламной кампании

Тема практической работы № 12. Составить план рекламной или PR кампании, объем часов 2

У1 разрабатывать планы организации рекламных кампаний;

Цель практической работы

Научиться анализировать и на основе анализа планировать рекламную кампанию

Задания:

Разработать план PR кампании, включающий в себя:

- цель PR кампании
- задачи PR кампании
- каналы продвижения
- сроки проведения PR кампании

Тема практической работы № 13. Составить бюджет рекламной или PR кампании, объем часов 2

У1 разрабатывать планы организации рекламных кампаний;

Цель практической работы

Научиться составлять бюджет рекламной кампании

Задания:

Просчитать бюджет рекламной кампании со всеми составляющими:

- постановка целей рекламной кампании
- оценка финансового потенциала компании
- выборка и формирование ключевых направлений рекламной кампании
- смета расходов на продвижение.

Тема практической работы № 14. Просчитать эффективность рекламной или PR кампании, объем часов 2

У3 анализировать полученные результаты и представлять их в виде отчетов;

У4 планировать бюджет проводимых мероприятий

Цель практической работы

Научиться анализировать эффективность рекламной кампании

Задания:

Сформулируйте KPI и на примере трех каналов продвижения проанализируйте эффективность каждого канала.

Тема практической работы № 15. Идеи разработки и реализации кампаний в различных сферах общественной жизни (спорте, образовании, бизнесе, политике, медицине и т.д.) совместно с представителями из индустрии, объем часов 4

У1 разрабатывать планы организации рекламных кампаний;

У2 планировать и организовывать акции, кампании, программы в области рекламы и связей с общественностью для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества

Цель практической работы

Проанализировать идеи рекламных кампаний для разных сфер общественной жизни

Задания:

Организовать круглый стол с представителями рекламной индустрии и на встрече предложить идеи для рекламных кампаний из различных сфер общественной жизни.

I. Общие рекомендации

По всем вопросам, связанным с изучением дисциплины (включая самостоятельную работу), консультироваться с преподавателем.

II. Контроль и оценка результатов

Оценка за выполнение практической работы выставляется по пятибалльной системе и учитывается как показатель текущей успеваемости обучающегося.

Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений		Критерии оценки результата
балл (оценка)	вербальный	

	аналог	
5	отлично	Представленные работы высокого качества, уровень выполнения отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, выполнены все предусмотренные практической работой задания.
4	хорошо	Уровень выполнения работы отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные практической работой задания выполнены, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.
3	удовлетворительно	Уровень выполнения работы отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных практической работой заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
2	не удовлетворительно	Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных практической работой заданий не выполнено.