

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

Многопрофильный колледж

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ**

**МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА
МДК 04.01 Выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный**

**для обучающихся специальности
38.02.08 Торговое дело**

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--------------------------------|----|
| 1 ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| 2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ | 4 |
| Практическое занятие № 1 | 4 |
| Практическое занятие № 2 | 6 |
| Практическое занятие № 3 | 8 |
| Лабораторное занятие № 1 | 10 |
| Лабораторное занятие № 2 | 11 |
| Лабораторное занятие № 3 | 13 |
| Лабораторное занятие № 4 | 15 |

1 ВВЕДЕНИЕ

Важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки обучающихся составляют практические и лабораторные занятия. Состав и содержание практических и лабораторных занятий направлены на реализацию Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования.

Ведущей дидактической целью практических занятий является формирование профессиональных практических умений (умений выполнять определенные действия, операции, необходимые в последующем в профессиональной деятельности).

Ведущей дидактической целью лабораторных занятий является экспериментальное подтверждение и проверка существенных теоретических положений (законов, зависимостей).

В соответствии с рабочей программой профессионального модуля «Организация и осуществление торговой деятельности» разработана на основе: ФГОС по специальности среднего профессионального образования 38.02.08 Торговое дело» предусмотрено проведение практических и лабораторных занятий.

В результате их выполнения, обучающийся должен:

уметь:

- разделять целевую аудиторию по местоположению, потребностям;
- определять темы и цели рекламной компании
- находить и отбирать нужные рекламные идеи
- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;
- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения ;
- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
- использовать технологии цифровой фотографии;
- применять средства связи и вычислительные средства
- участвовать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
- создавать тексты для сайтов, лендингов, презентаций

Содержание практических и лабораторных занятий ориентировано на подготовку обучающихся к освоению профессионального модуля программы подготовки специалистов среднего звена по специальности и овладению **профессиональными компетенциями:**

ПК 4.1 Осуществлять поиск рекламных идей

ПК4.2 Разрабатывать авторские рекламные проекты

ПК4.3 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений

А также формированию **общих компетенций:**

ОК 01 - Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02 - Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03 - Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

Практические и лабораторные занятия проводятся после соответствующей темы, которая обеспечивает наличие знаний, необходимых для ее выполнения.

2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

Тема 1.2 Рекламная деятельность

Практическое занятие № 1

Разработка структуры этапов планирования рекламы

Цели:

- обобщение, систематизация, углубление, закрепление, развитие и детализация полученных теоретических знаний по теме «Рекламная деятельность»;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализация единства интеллектуальной и практической деятельности.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- определять темы и цели рекламной компании
- находить и отбирать нужные рекламные идеи;

Материальное обеспечение:

Конспект лекций, методические указания для практических занятий

Задание:

1. Ознакомьтесь с порядком выполнения работы.
2. Последовательно выполните задания практической работы.
3. Оформите работу

Порядок выполнения работы:

1. Вводный этап: тема и цели занятия.
2. Ознакомление с теоретическими сведениями.
3. Разработать план планирования рекламы для товара любой фирмы..
4. Ответить на контрольные вопросы письменно :
 - 1) Назовите основные характеристики рекламы, функции рекламы.
 - 2) Какие существуют виды рекламы?
 - 3) Каким требованиям должен удовлетворять рекламный слоган?
 - 4) Какие существуют способы оценки эффективности рекламы?
 - 5) Средства рекламы, их характеристики.
 - 6) Что называют рекламной кампанией?
 - 7) Назовите этапы плана рекламной кампании.
 - 8) Назовите методы установления рекламного бюджета рекламной кампании.
 - 9) Какие приёмы используют при разработке рекламных тем?
 - 10) Каковы цели рекламной кампании?
5. Сделать вывод по работе.

Ход работы:

1. Перечислите следующие этапы планирования в логической последовательности, используя конспект лекций

2. Охарактеризуйте кратко каждый этап, используя материал лекции по данной теме.
3. Самостоятельно выберите товар любой фирмы
4. Составьте план планирования рекламы для товара и сведите в таблицу

| Этапы планирования | Характеристики этапов |
|--------------------|-----------------------|
| а) | |
| б) | |
| в) | |
| г) | |
| д) | |

5. Ответьте на контрольные 10 вопросов

Форма представления результата:

Работа должна быть представлена в виде таблиц и ответов на вопросы.

Критерии оценки:

Оценка «5» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «4» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «3» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;
- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «2» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;

Тема 1.3 Организация размещения рекламы

Практическое занятие № 2

Создание медиа-плана рекламной кампании

Цели:

- обобщение, систематизация, углубление, закрепление, развитие и детализация полученных теоретических знаний по теме «Организация размещения рекламы»;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализация единства интеллектуальной и практической деятельности.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- определять темы и цели рекламной компании
- находить и отбирать нужные рекламные идеи;
- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;

Материальное обеспечение:

Конспект лекций, методические указания для практических занятий

Задание:

1. Ознакомьтесь с порядком выполнения работы.
2. Последовательно выполните задания практической работы.
3. Оформите работу.

Порядок выполнения работы:

Задание: Выполнить согласно своему варианту и составить медиа-план в соответствии с 6 пунктам

1. Прочитайте описание деятельности компании
2. Опишите возможные способы продвижения товаров\услуг в сети Интернет, которые целесообразно применять для возможной целевой аудитории компании
3. Определите 2-3 площадки, где возможно разместить рекламу вашей деятельности. Определите ценовую политику данных площадок
4. Определите 1-2 возможных варианта реализации традиционной рекламы для вашего Интернет проекта и их стоимостные характеристики
5. Составьте список базовых затрат, которые могут потребоваться до начала активной рекламы сайта (например разработка рекламных материалов, регистрация в каталогах, оптимизация содержания сайта и др.)
6. Составьте медиа план на 1 месяц, включающий Интернет рекламу и традиционные способы рекламы из 4-5 позиций

Описание деятельности

Вариант 1 Компания, занимающаяся продажей сотовых телефонов и аксессуаров к ним через сеть Интернет.

Вариант 2 Он-лайн журнал, посвящённый красоте и здоровью.

Вариант 3 Студия ВЕБ дизайна, выполняющая проекты любой сложности.

Вариант 4 Торговая площадка, организующая оптовые продажи продуктов питания различными поставщиками различным покупателям

Вариант 5 Туристическая компания, которая продаёт через Интернет экстремальные виды отдыха в России и за рубежом.

Вариант 6 Интернет магазин различных видов игрушек – от мягких до электронных.

Вариант 7 Интернет аукцион для покупки-продажи товаров физическими лицами

Вариант 8 Маркетинговое Интернет агентство, оказывающее услуги по раскрутке требуемых Интернет ресурсов.

Ход работы:

1. Выберите свой вариант и компанию, для которой нужно составить медиа-план
2. Перечислите следующие этапы медиа-плана в логической последовательности, используя конспект лекций и заданию
3. Охарактеризуйте каждый пункт задания, используя материал лекции по данной теме.
4. Пункт 5,6 задания сведите в таблицу в произвольном виде.

Форма представления результата:

Работа должна быть представлена в форме ответов на вопросы , таблицы и отчета , оформленного согласно требованиям.

Критерии оценки:

Оценка «5» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;

- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «4» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;

- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;

- в оформлении работы допущены неточности;

- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «3» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;

- работа оформлена с ошибками в оформлении;

- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «2» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;

- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;

- объем работы не соответствует заданному.

Тема 1.3 Организация размещения рекламы

Практическое занятие № 3 Расчет бюджета рекламной кампании

Цели:

- получение навыков расчета бюджета
- обобщение, систематизация, углубление, закрепление, развитие и детализация полученных теоретических знаний по теме «Организация размещения рекламы»;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализация единства интеллектуальной и практической деятельности.

Выполнив работу, Вы будете

уметь:

- определять темы и цели рекламной компании
- находить и отбирать нужные рекламные идеи;
- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком; контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;

Материальное обеспечение:

Конспект лекций, методические указания для практических занятий

Задание:

1. Ознакомьтесь с порядком выполнения работы согласно методическим указаниям.
2. Изучите алгоритм расчета бюджета рекламной кампании.
3. Определите последовательность расчета бюджета рекламной кампании.
4. Оформите работу, сделайте вывод.

Порядок выполнения работы:

1. Изучение методических указаний к практической работе.
2. Изучение алгоритма расчета бюджета рекламной кампании.
3. Выполнения расчета бюджета рекламной кампании по условию задания

Задание: Определить сумму рекламного бюджета, если дано: По данным статистики 2% населения Москвы – средний и высший класс (140 000 человек). Цель рекламы – охватить 70% рынка. Предполагается, что за год будет обеспечиваться 24 рекламных контакта при использовании специализированных престижных журналов по туризму и путешествиям. Предположим, что это будет полуторная сила воздействия. 1000 контактов данной силы стоят в среднем 95 рублей.

4. Изучение образца расчета бюджета

Ход работы:

1. По материалу методических указаний к практической работе изучить последовательность расчета бюджета.
2. Изучение примера выполнения расчета бюджета в МУ к практической работе
3. Выполнение расчета бюджета рекламной кампании по условию задания
4. Расчет выполняем в системе единиц СИ.

Форма представления результата:

Работа должна быть представлена в форме последовательных расчетов и отчета , оформленного согласно требованиям.

Критерии оценки:

Оценка «5» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «4» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «3» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;
- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «2» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

Тема 1.3 Организация размещения рекламы

Лабораторное занятие № 1

Процесс получения заказа: подготовка предложения; изложение и обсуждение предложения с заказчиком

Цели:

- получение навыков получения заказа
- обобщение, систематизация, углубление, закрепление, развитие и детализация полученных теоретических знаний по теме «Организация размещения рекламы»;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализация единства интеллектуальной и практической деятельности

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- определять темы и цели рекламной компании
- находить и отбирать нужные рекламные идеи;
- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения

Материальное обеспечение:

Конспект лекций, методические указания для лабораторных занятий. Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета

Задание:

1. Ознакомиться с порядком выполнения работы.
2. Изучить последовательность процесса получения заказа на рекламу
3. Повторить требования при общении с заказчиком
4. Оформить отчет по выполненной работе.

Порядок выполнения работы:

1. Ознакомление с порядком выполнения лабораторной работы .
2. Изучение последовательности процесса получения заказа на рекламу
3. Изучение требований этикета при общении с заказчиком
4. Выбор из списка заказов товара на рекламу
5. Обсуждение предложения и товар на оформление заказа на рекламу
6. Составление договора заказа

Ход работы:

1. По материалу методических указаний к лабораторной работе изучаем процесс получения заказа

2. Выбираем товар согласно своему варианту из списка для оформления заказа на его рекламу

- майонез «Махеев»;
- соус как усилитель вкуса блюда;
- стакан сметаны объёмом 250 мл;
- Шоколад горький
- журнал «ЛЕНТА»;
- Полотенце махровое

- Мороженное фруктовое

4. Обсуждение предложения и характеристика товара в виде таблицы

| Этапы обсуждения | Деятельность заказчика | Деятельность исполнителя |
|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| 1. назначение товара | | |
| 2. характеристика товара | | |
| 3. бренд товара | | |
| 4. логотип товара | | |
| 5. целевая аудитория | | |
| 6. принятие заказа | | |
| 7. оформление заказа | | |

Форма представления результата:

В форме таблицы и отчета, оформленного согласно требованиям

Критерии оценки:

Оценка «5» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу;
- работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя;
- объем работы соответствует заданному;
- работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «4» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике;
- обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе;
- в оформлении работы допущены неточности;
- объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «3» выставляется обучающемуся, если:

- содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса;
- работа оформлена с ошибками в оформлении;
- объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «2» выставляется обучающемуся, если:

- не раскрыта основная тема работы;
- оформление работы не соответствует требованиям преподавателя;
- объем работы не соответствует заданному.

Тема 1.4 Рекламные технологии в сети Интернет

Лабораторное занятие № 2 Разработка контекстной рекламы

Цели работы:

- обобщение, систематизация, углубление, закрепление, развитие и детализация полученных теоретических знаний по теме «Рекламные технологии в сети Интернет»;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализация единства

- интеллектуальной и практической деятельности.
- Овладениями навыками разработки контекстной рекламы
 -

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
- использовать технологии цифровой фотографии;
- применять средства связи и вычислительные средства
- участвовать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
- создавать тексты для сайтов, лендингов, презентаций

Материальное обеспечение:

Конспект лекций, методические указания для лабораторных занятий. Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета

Задание:

1. Ознакомиться с порядком выполнения лабораторной работы.
2. Последовательно выполните задания лабораторной работы.
3. Оформите работу.
4. Защитить лабораторную работу

Порядок выполнения работы:

1. Ознакомление с порядком выполнения лабораторной работы.
2. Изучение последовательности процесса получения заказа на контекстную рекламу
3. Изучение требований этикета при общении с заказчиком
4. Выбор из списка заказов товара на рекламу
5. Обсуждение предложения и товар на оформление заказа на рекламу
6. Составление договора заказа
7. Защита лабораторной работы

Ход работы:

1. Изучение последовательности процесса получения заказа на контекстную рекламу

Задание

I. Составить рекламный текст для любого товара, услуги, предприятия и др.

Разработайте рекламный текст, следуя следующим правилам.

- 1. Напишите заголовок.
- 2. С первых строк прочно завладейте вниманием читателей, встряхните их хорошенько! Поддерживайте их интерес на протяжении всего объявления, шаг за шагом раскрывая смысл заголовка. Используйте цитаты, отзывы, конкретные ситуации, нестандартные формулировки, напоминайте о выгоде, гарантиях, словом, примените все, что способно вызвать интерес читателей. Помните, что нужно постоянно помнить о потребителях.
- 3. Передайте читателям ощущение ценности и важности вашего предложения. Подробно и увлекательно опишите предлагаемые товары или услуги, чтобы читатель увидел их как будто перед собой, представил в действии. Когда будете писать рекламу,

вообразите себе, что разговариваете с приятелем и пытаетесь ему наглядно описать, чем занимается ваше предприятие.

- 4. Теперь докажите выполнимость ваших обещаний. Приведите отзывы покупателей, расскажите о гарантийных условиях, объясните, чем ваш бизнес отличается от других, правдоподобно опишите, в чем его уникальность. Не опускайте подробности, будьте как можно более точные. Сделайте так, чтобы читатели обязательно поняли, что интересного есть в вашем предложении именно для них!
 - 5. Теперь вы приближаетесь к завершению. Объясните читателям, как им следует действовать и почему. Говорите ли вы в своей рекламе о некотором ограниченном сроке действия вашего предложения? Получат ли ваши читатели какой-нибудь приз, если придут сегодня же? Напомните им, что они потеряют, если не поторопятся с визитом. Сделайте все, чтобы ваши читатели захотели приобрести ваш товар немедленно. Если вы не приложите усилий к тому, чтобы читатели связались с вами без промедления, они, возможно, не придут никогда.
6. Убедительно предлагайте читателям сделать заказ на ваши услуги! Объясните им, что они должны сделать: позвонить, написать, приехать к вам, заполнить отрывной купон и т.д. Обязательно как можно точнее расскажите читателям, как с вами связаться. Поясните, что они приобретут, если свяжутся с вами так, как вы просите.
2. составление структуры этапов контекстной рекламы согласно заданию
 3. Описание краткой характеристики каждого этапа контекстной рекламы
 4. Оформление отчета
 5. Подготовка к защите лабораторной работы

Форма представления результата:

В форме структурной схемы выполненной контекстной рекламы и отчета, оформленного согласно требованиям

Критерии оценки:

- Простота и логика изложения
- Грамотность текста
- Соответствие содержания и кодов поставленной цели
- Соответствие содержания и кодов составу аудитории
- Выполнены все этапы подготовки к защите работы

«Отлично» - текст соответствует всем критериям;

«Хорошо» - текст соответствует 4 из 5 критериям;

«Удовлетворительно» - Текст соответствует 3 из 5 критериев, содержит неточности;

«Неудовлетворительно» - текст соответствует 2 и менее критериям

Тема 1.4 Рекламные технологии в сети Интернет

Лабораторное занятие № 3 Разработка фирменного логотипа

Цели работы:

- обобщение, систематизация, углубление, закрепление, развитие и детализация полученных теоретических знаний по теме «Рекламные технологии в сети Интернет»;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализация единства

интеллектуальной и практической деятельности.

- Овладениями навыками разработки фирменных логотипов

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
- использовать технологии цифровой фотографии;
- применять средства связи и вычислительные средства
- участвовать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
- создавать тексты для сайтов, лендингов, презентаций

Материальное обеспечение:

Конспект лекций, методические указания для лабораторных занятий. Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета

Задание:

1. Ознакомьтесь с порядком выполнения работы.
2. Последовательно выполните задания лабораторной работы.
3. Оформите работу.

Порядок выполнения работы:

1. Изучение видов логотипов, требований к разработке логотипа
2. Создать логотип различных кампаний, в соответствии с требованиями
3. Оформить отчет
4. Защитить лабораторную работу

Ход работы:

1. Изучение кратких теоретических сведений о логотипах .
2. Выполнение лабораторного задания .

Задание: Разработайте логотипы согласно своему варианту:

- Фабрика имени Н.К. Крупской начало выпуск нового горького, черного шоколада.
- Ресторана китайской кухни
- еженедельной газеты «Биржа труда», с помощью которой безработные люди могут найти работу, а работодатели необходимый персонал
- Компании, выпускающей новый томатный соус

3. Придумать название логотипа с соблюдением требований ,приписанных в брифе
4. Создание эскизов логотипа
5. Использование шрифтов, символов, цвета
6. Готовность разработки логотипа
7. Оформление отчета
8. Защита выполненной работы

Форма представления результата:

В форме логотипа кампании и отчета, оформленного согласно требованиям

Критерии оценки:

- Простота и логика изложения
- Грамотность текста

- Соблюдение всех этапов выполнения логотипа
- Соответствие содержания и кодов поставленной цели
- Соответствие содержания и кодов составу аудитории
- Оригинальность
- Четкая грамотная речь при защите работы

«Отлично» - текст соответствует всем критериям;

«Хорошо» - текст соответствует 5 из 7 критериям;

«Удовлетворительно» - Текст соответствует 4 из 7 критериев, содержит неточности;

«Неудовлетворительно» - текст соответствует 3 и менее критериям.

Тема 1.4 Рекламные технологии в сети Интернет

Лабораторное занятие № 4

Разработка презентации выполненных работ (с использованием программы prezi.com)

Цели работы:

- обобщение, систематизация, углубление, закрепление, развитие и детализация полученных теоретических знаний по теме «Рекламные технологии в сети Интернет»;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализация единства интеллектуальной и практической деятельности.
- овладениями навыками разработки презентации

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
- использовать технологии цифровой фотографии;
- применять средства связи и вычислительные средства
- участвовать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
- создавать тексты для сайтов, лендингов, презентаций

Материальное обеспечение:

Конспект лекций, методические указания для лабораторных занятий. Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета; программы prezi.com

Задание:

1. Повторить теоретический материал о составление презентации
2. Выбрать тему презентации согласно варианту
3. Выполнить презентацию в программе prezi.com
4. Оформить работу.
5. Защитить выполненную работу

Порядок выполнения работы:

1. Повторение теоретического материала о составлении презентации

2. Определиться с темой презентации согласно варианту
3. Выполнение презентации в программе prezi.com
4. Оформление работы.
5. Защита выполненной работы

Ход работы:

1. Изучение сведений о программе Prezi.com-онлайн-сервис.
Основные приемы работы с Prezi.com
2. Вход на сайт Вход на сайт осуществляется путем ввода в адресной строке браузера адреса сайта: prezi.com. После входа на сайт открывается Главная страница.
 - Начало. Определяем содержание
 - Начало. Выбираем контент для будущей презентации.
 - Выбираем тему Выбираем тему из шаблонов Prezi. Просматриваем шаблоны тем, кликая левой кнопкой мыши.Используем шаблон, подходящий к содержанию презентации, нажав на кнопку "Use this template".
 - Вводим информацию в слайды, предусмотренные шаблоном. Кликаем на слайды на панели слева и заполняем контентом текстовые поля. Для отображения кириллицы используем шрифт NotoSans.
 - Вводим информацию
 - Корректируем количество слайдов в презентации
3. Выполнение лабораторной работы согласно заданию и своему варианту
Задание: Разработайте презентации:
 - Фабрики имени Н.К. Крупской начало выпуск нового горького, черного шоколада.
 - Ресторана китайской кухни
 - еженедельной газеты «Биржа труда», с помощью которой безработные люди могут найти работу, а работодатели необходимый персонал
 - Компании, выпускающей новый томатный соус
 - Туры в Санкт-Петербург в осенне-зимний период
 - Компания «Домашняя выпечка» - обладает сетью пирожковых по всему городу. Она специализируется на приготовлении пирогов только по уникальным рецептам (курники, греческие пирожки, расстегаи, кулебяки).
4. Формулирование выводов
5. Защита презентации.

Форма представления результата:

В форме презентации и отчета, оформленного согласно требованиям

Критерии оценки:

Оценка «5» выставляется обучающемуся, если содержание работы соответствует заданной тематике, обучающийся показывает системные и полные знания и умения по данному вопросу; работа оформлена в соответствии с рекомендациями преподавателя; объем работы соответствует заданному; работа выполнена точно в срок, указанный преподавателем.

Оценка «4» выставляется обучающемуся, если: содержание работы соответствует заданной тематике; обучающийся допускает небольшие неточности или некоторые ошибки в данном вопросе; в оформлении работы допущены неточности; объем работы соответствует заданному или незначительно меньше.

Оценка «3» выставляется обучающемуся, если: содержание работы соответствует заданной тематике, но в работе отсутствуют значительные элементы по содержанию работы или материал по теме изложен нелогично, нечетко представлено основное содержание вопроса; работа оформлена с ошибками в оформлении; объем работы значительно меньше заданного.

Оценка «2» выставляется обучающемуся, если: не раскрыта основная тема работы;

оформление работы не соответствует требованиям преподавателя; объем работы не соответствует заданию.