УО «Барановичский государственный колледж легкой промышленности
им. В.Е. Чернышева»

Утверждаю
Зам.директора по учебной работе
_____М.Н. Квасова
«_____» _____20__ год

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Методические рекомендации по выполнению
домашней контрольной работы
для учащихся заочной формы обучения
специальность 5-04-0412-01 «Маркетинговая деятельность»

Разработала преподаватель Дорошенко В.О.

Рассмотрена и одобрена
на заседании цикловой комиссии
предметов экономического цикла
Протокол №___ от _____года
Председатель ____Дорошенко В.О.

2025

Содержание

1. Пояснительная записка
2. Методические рекомендации по выполнению и оформлению домашней контрольной работы
3. Варианты домашней контрольной работы
4. Критерии оценки домашней контрольной работы
5. Источники для изучения дисциплины и выполнения домашней контрольной работы

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Домашняя контрольная работа по предмету « Рекламная деятельность» проводится с целью контроля результатов учебной деятельности.

Задания для обязательной контрольной работы разрабатываются преподавателем учебного предмета и обсуждаются на заседании предметной (цикловой) комиссии учреждения образования.

Целью изучения предмета является приобретение учащимися теоретических знаний, практического умения и навыков применения рекламной деятельности и ее элементов на предприятии в различных отраслях промышленности.

Наиболее типичные ошибки, допущенные учащимися при выполнении контрольной работы анализируются преподавателем на бланке установленного образца.

Результаты выполнения домашней контрольной работы оцениваются отметками

«зачтено», «не зачтено», которые вносятся в журнал учета домашних контрольных работ и курсовых проектов (работ). В книжке успеваемости учащегося запись не делается.

Домашняя контрольная работа с рецензией и выставленной отметкой возвращается обучающемуся.

Домашние контрольные работы, оцененные отметкой «не зачтено», подлежат

доработке и повторному рецензированию.

Домашняя контрольная работа, выполненная после установленного графиком срока ее сдачи, принимается на рецензирование с разрешения заведующего отделением или уполномоченного лица.

Домашние контрольные работы, которые оценены отметкой «зачтено» и в которых устранены недостатки и ошибки, отмеченные при их рецензировании, предъявляются обучающимися преподавателю учебного предмета, модуля до

начала экзамена или выполнения обязательной контрольной работы по учебному предмету, модулю при проведении промежуточной аттестации.

2.Методические рекомендации по выполнению и оформлению домашней контрольной работы

К оформлению контрольных работ предъявляются следующие требования:

контрольная работа должна быть написана разборчивым, аккуратным почерком в ученической тетради в клеточку (не более 12 листов); текст работы пишется на обеих сторонах тетрадных листов через строчку, с пронумерованными страницами;

выполнение домашней контрольной работы в электронном виде оформляется на листах формата А4 (размер листа в мм: 210х297);

текст печатается на одной стороне листа через полтора интервала;

параметры шрифта: гарнитура шрифта – Times New Roman, начертание – обычный, кегль шрифта – 14 пунктов, цвет текста – авто (черный);

параметры абзаца: выравнивание текста – по ширине страницы, отступ первой строки -1,25 см, межстрочный интервал – полуторный;

поля: верхнее и нижнее поля – 20 мм, размер левого поля 30 мм, правого – 15 мм;

страницы нумеруют арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту, порядковый номер страницы ставят вверху на полях;

формулы, таблицы, уравнения и графики располагают непосредственно после их упоминания в тексте, посередине страницы;

после выполнения всех заданий записывается перечень изученной литературы;

работа должна быть датирована и подписана учащимся;

для рецензии преподавателя оставляют не менее одной чистой страницы.

При выполнении контрольной работы необходимо указывать номер задания (согласно варианту), записывать точную и полную формулировку теоретического и практического задания.

Рекламная деятельность

Вариант 1

1. Дайте определение рекламы.

2. Опишите аудиовизуальную рекламу.

3.Разработайте и объясните позицию и девиз фирмы по производству верхней одежды.

4. Разработайте товарный знак предприятия (5см на 5см). Объясните его атрибутику.

5. Разработайте и объясните места размещения печатной рекламы по условию задания 3 и 4.

Вариант 2

1. Дайте определение позиции фирмы.

2. Опишите составляющие позиции в рекламе.

3. Разработайте и объясните позицию и девиз фирмы по производству мужской обуви.

4. Разработайте товарный знак предприятия (5см на 5см). Объясните его атрибутику.

5. Разработайте и объясните места размещения печатной рекламы по условию задания 3 и 4.

Вариант 3

1. Дайте определение позиционирования.

2. Опишите печатную рекламу и ее виды.

3. Разработайте и объясните позицию и девиз по производству женской обуви.

4. Разработайте товарный знак предприятия (5см на 5см). Объясните его атрибутику.

5. Разработайте и объясните места размещения печатной рекламы по условию задания 3 и 4.

Вариант 4

1. Дайте определение целевого рынка,

2. Опишите элементы рекламного текста.

3. Разработайте и объясните позицию и девиз по производству спортивной обуви.

4. Разработайте товарный знак предприятия (5см на 5см). Объясните его атрибутику.

5. Разработайте и объясните места размещения печатной рекламы по условию задания 3 и 4.

Рекламная деятельность

Вариант 5

1. Дайте определение конкурентов

2. Опишите виды рекламной продукции, их достоинства и недостатки.

3. Разработайте и объясните позицию и девиз по производству детской одежды.

4. Разработайте товарный знак предприятия (5см на 5см). Объясните его атрибутику.

5. Разработайте и объясните места размещения печатной рекламы по условию задания 3 и 4.

Вариант 6

1. Дайте определение пользы клиента.

2. Опишите рекламный бюджет.

3. Разработайте и объясните позицию и девиз по производству трикотажных изделий.

4. Разработайте товарный знак предприятия (5см на 5см). Объясните его атрибутику.

5. Разработайте и объясните места размещения печатной рекламы по условию задания 3 и 4.

Вариант 7

1. Дайте определение пользы клиента.

2. Опишите рекламу в прессе.

3. Разработайте и объясните позицию и девиз по производству спортивной одежды.

4. Разработайте товарный знак предприятия (5см на 5см). Объясните его атрибутику.

5. Разработайте и объясните места размещения печатной рекламы по условию задания 3 и 4.

Вариант 8

1. Дайте определение конкурентов

2. Опишите художественное оформление рекламных обращений.

3. Разработайте и объясните позицию и девиз по производству детской одежды.

4. Разработайте товарный знак предприятия (5см на 5см). Объясните его атрибутику.

5. Разработайте и объясните места размещения печатной рекламы по условию задания 3 и 4.

Рекламная деятельность

Вариант 9

1. Дайте определение пользы клиента.

2. Опишите основные принципы составления рекламных обращений.

3. Разработайте и объясните позицию и девиз по производству трикотажных изделий.

4. Разработайте товарный знак предприятия (5см на 5см). Объясните его атрибутику.

5. Разработайте и объясните места размещения печатной рекламы по условию задания 3 и 4.

Вариант 10

1. Дайте определение пользы клиента.

2. Опишите виды цифровой рекламы.

3. Разработайте и объясните позицию и девиз по производству спортивной одежды.

4. Разработайте товарный знак предприятия (5см на 5см). Объясните его атрибутику.

5. Разработайте и объясните места размещения печатной рекламы по условию задания 3 и 4.

4. Критерии оценки выполнения домашней контрольной работы

Отметка «зачтено» выставляется при условии:

- работа выполнена в полном объеме, в соответствии с заданием, ответы на все теоретические вопросы даны полно, последовательно, в требуемых случаях иллюстрированы схемами, графиками, диаграммами и др., правильно употребляются научно - техническая терминология;
- практические задания выполнены аккуратно, в соответствии с методическими рекомендациями. Работа правильно оформлена, приведен список использованной литературы. Работа может быть зачтена, если она содержит единичные несущественные ошибки:
- описки, не искажающие сути ответа на теоретические вопросы;
- неточности, допущенные при ответе на теоретические вопросы;
- отсутствие выводов в процессе освещения вопросов;

Отметка «не зачтено» выставляется при условии:

Работа выполнена не в полном объеме или содержит существенные ошибки:

- не раскрыто основное содержание вопросов задания;

- ответы на теоретические вопросы полностью переписаны из учебной литературы или использованы ресурсы удаленного доступа, без адаптации к контрольному заданию;
- отдельные вопросы в работе освещены не в соответствии с вариантом задания;
-при выполнении практического задания приняты неправильные решения, либо дано неправильное описание.

Критерии оценки результатов учебной

деятельности учащихся, обеспечивающих получение среднего специального образования

(по предмету «Рекламная деятельность»)

Отметка в баллах	**Показатели оценки**
1 (один)	Отказ от ответа. Неразличение объектов изучения программного учебного материала, предъявляемых в готовом виде, осуществление соответствующих практических действий (различение основных определений предмета «Рекламная деятельность» и видов рекламы, распознавание отдельных элементов рекламного текста и основных объектов изучения в разделах предмета; воспроизведение части учебного материала при помощи наводящих вопросов; изложение материала бессистемно; воспроизведение определений и понятий по предмету); осуществление соответствующих практических действий.
2 (два)	Воспроизведение части программного материала по памяти. (высказывание общих суждений по поставленным вопросам, знание требования к рекламисту; называние составляющих позиции, принципов позиционирования, видов рекламы, элементов рекламного текста; перечисление требований к рекламному тексту); осуществление умственных и практических действий по образцу.

3 (три)	Воспроизведение большей части программного материала. (высказывание общих суждения по основным вопросам предмета, заполнение основных схем: «Структура рекламного рынка», «Классификация видов рекламы» и таблицы «Достоинства и недостатки всех видов рекламы»; изложение своих ощущений на основе теоретических знаний; воспроизведение и называние основных элементов рекламы, вид шрифтов и требований к оформлению текста; понимание отличительных особенностей косвенной рекламы; объяснение (на элементарном уровне), способов применения рекламы; знание некоторых характеристик позиционирования и требований к различным видам рекламы; применение знаний и умений в знакомой ситуации; оформление письменных и практических работ, допуская единичные существенные ошибки;
4 (четыре)	Осознанное воспроизведение большей части программного учебного материала (объяснение сущности позиционирования в рекламе, попытки раскрыть его значения; классификация видов рекламы по основным признакам; воспроизведение и пояснение последовательности создания эскизов рекламы; знание методов создания рекламы; анализ разработанных рекламные объявления; осознанное воспроизведение информации по предмету «Рекламный менеджмент», понимание её и анализ (с небольшими недочётами). Применение знаний в знакомой ситуации по образцу; наличие несущественных ошибок.
5 (пять)	Полное знание и осознанное воспроизведение всего программного учебного материала; владение программным учебным материалом в знакомой ситуации (характеристика основных тем предмета «Рекламная деятельность»; полное воспроизведение теоретического материала и пояснение его; определение правильных ответов из приведенного перечня, объяснение своего выбора; воспроизведение и пояснение распределений бюджета на рекламу; описание методов и последовательности создания рекламных текстов, раскрытие пути создания эффективной рекламы; применение знаний и умений в знакомой ситуации; выполнение заданий по образцу, на основании предписаний; наличие несущественных ошибок
6 (шесть)	Полное, прочное знание и воспроизведение программного учебного материала, владение программным учебным материалом в знакомой ситуации (объяснение основных тем предмета «Рекламная деятельность»;»; свободное владение материалом в вопросах позиционирования, принципов позиционирования и рекламы; применение знаний по основным темам при обсуждении практических ситуаций; принятие решений по алгоритму в разрезе поставленной проблемы; составление схемы, связывающих все темы предмета; знание содержания основных документов в области рекламы; владение программным учебным материалом в знакомой ситуации; недостаточно самостоятельное выполнение заданий; единичных несущественных ошибок
7 (семь)	Полное, прочное глубокое знание и воспроизведение программного учебного материала; оперирование программным «Рекламная деятельность»; свободное владение материалом по всем вопросам, связанным с созданием рекламы; высказывание своей точки зрения по

	основному и дополнительному материалам в области рекламы; анализ информации с приведением примеров; привязывание теоретических знаний по предмету с реальной действительностью; прочное знание содержаний основных документов;применение умений и навыков в знакомой ситуации; предложение правильных путей решения поставленной проблемы; умение увязывать теоретические знания и практические навыки с реально существующей действительностью в области рекламы; применение знаний и умений при создании всех видов рекламы в знакомой ситуации; владение программным учебным материалом в знакомой ситуации; самостоятельное выполнение заданий; единичных несущественных ошибок
8 (восемь)	Полное, прочное, глубокое знание и воспроизведение программного учебного материала; оперирование программным учебным материалом в знакомой ситуации (полная характеристика основных тем предмета «Рекламная деятельность»;»; свободное владение материалом, высказывание своей точки зрения по основному и дополнительному материалам темы, анализ с приведением примеров, умение правильно выявлять и излагать основную проблему темы; самостоятельное нахождение пути решения проблемы, предложение сценария действий по данному вопросу; чёткое увязывание позиций, принципов позиционирования, элементов рекламы во всех видах рекламы; (по вопросам создания, применения и разработки рекламы) самостоятельное выполнение заданий; оперирование программным материалом в частично измененной ситуации; наличие единичных несущественных ошибок;
9 (девять)	Полное, прочное, глубокое и системное знание и воспроизведение программного учебного материала; оперирование программным учебным материалом в знакомой ситуации (полная характеристика основных тем предмета «Рекламная деятельность»;»; свободное владение материалом, высказывание своей точки зрения по основному и дополнительному материалам темы; самостоятельное нахождение пути решения проблемы, предложение сценария действий по данному вопросу; чёткое увязывание позиций, принципов позиционирования, элементов рекламы во всех видах рекламы; принятие стратегических решений в разрезе поставленной проблемы разработки реклам;)использование всех знаний и умений в области рекламы в частично изменённой ситуации (наличие действий и операций творческого характера); самостоятельное выполнение заданий; оперирование программным материалом в частично измененной ситуации; разбор производственных ситуаций, самостоятельный выбор способов их разрешения.
10 (десять)	Свободное ориентирование программным учебным материалом; применение знаний и умений в незнакомой ситуации (самостоятельные действия по описанию основных тем предмета «Рекламная деятельность»;»; свободное владение материалом по всем вопросам, связанным с созданием рекламных текстов, анализ с приведением реальных примеров, умение правильно определить и изложить основную проблему организации рекламы, предложение творческих решений по данному вопросу; творческие увязывания всех элементов рекламы, что способствует созданию эффективного рекламного текста;

	использование творческого подхода к сбору дополнительной информации; принятие стратегических решений в разрезе поставленной задачи;)предложение новых подходов в реализации рекламной деятельности; наличие элементов творческого характера при выполнении заданий

5.Источники для изучения предмета и выполнения домашней контрольной работы

ОСНОВНАЯ

1.Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник / И.Л. Акулич. 4-е изд. Минск: РИПО, 2020.

2.Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник / И.Л. Акулич. 4-е изд. Минск: Высшая школа 2014.

3.Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник / И.Л. Акулич. 3-е изд. Минск: Высшая школа 2004.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

4.Васильев, Н. В. Реклама для всех : учебное пособие. / Н.В. Васильева. Мн.: Тесей, 2003 г.

5.Дурович, А.П. Основы маркетинга : учебное пособие / А.П. Дурович. Мн. : РИПО, 2004

6.Дурович, А.П. Основы маркетинга : учебное пособие / А.П. Дурович. Мн. : РИПО, 2021

7.Кулак, Т.Е. Маркетинг в отраслях экономики : учебное пособие / Т.Е. Кулак. Мн. : РИПО, 2013

8.Папковская, П.Я. Логистика : учебное пособие / П.Я. Папковская. Мн. : РИПО, 2019

9.Кулак, Т.Е. Международный маркетинг : учебное пособие / Т.Е. Кулак. Мн. : РИПО, 2012

Перечень теоретических вопросов к зачету по предмету «Рекламная деятельность»

1.Понятие и сущность рекламы.

2.Задачи рекламы.

3. Виды рекламы.

4.Содержание и структура рекламного рынка.

5. История возникновения и развития рекламы.

6. Классификация видов рекламы по целям.

7. Классификация видов рекламы по функциям.

8. Реклама как метод управления людьми.

9. Процесс воздействия на рекламу.

10. Процесс восприятия рекламы.

11. Государственное регулирование рекламной деятельности.

12. Государственное регулирование рекламной деятельности в Республики Беларусь.

13. Понятие фирменного стиля, его составные элементы .

14. Понятие товарных знаков и требования, предъявляемые к ним.

15. Виды товарных знаков.

16. Использование товарных знаков.

17. Правовое регулирование товарных знаков.

18. Основные принципы составления рекламных обращений.

19. Текст рекламных обращений.

20. Художественное оформление рекламных обращений.

21. Виды рекламных обращений.

22. Реклама в прессе.

23. Виды рекламы в прессе.

24 Достоинства и недостатки рекламы в прессе.

25. Печатная реклама.

26.Виды печатной рекламы.

27. Достоинства и недостатки печатной рекламы.

28. Аудиовизуальная реклама.

29. Виды аудиовизуальной рекламы.

30. Достоинства и недостатки аудиовизуальной рекламы.

31. Выставки и ярмарки.

32. Виды выставок и ярмарок.

33. Выставки и ярмарки в Республике Беларусь.

34. Рекламные сувениры .

35. Виды рекламной продукции, их достоинства и недостатки.

36. Прямая почтовая реклама.

37. Достоинства и недостатки прямой почтовой рекламы.

38. Наружная реклама.

39. Виды наружной рекламы.

40. Достоинства и недостатки наружной рекламы.

41. Реклама в местах продаж.

42. Разновидности рекламы в местах продаж.

43. Достоинства и недостатки рекламы в местах продаж.

44. Мероприятия «Паблик рилейшнз».

45. Достоинства и недостатки «Паблик рилейшнз».

46. Интерьерная реклама.

47. Виды интерьерной рекламы.

48. Достоинства и недостатки интерьерной рекламы.

49. Цифровая реклама.

50. Виды цифровой рекламы.

51. Достоинства и недостатки цифровой рекламы.

52. Рекламные агентства а Республике Беларусь..

53. Функции рекламных агентств.

54. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса.

55.Договор на рекламу.

56. Организация и планирование рекламных кампаний .

57. Рекламный бюджет.

58. Методические подходы к разработке рекламного бюджета.

59. Методы планирования рекламного бюджета.

60. Оценка эффективности рекламных мероприятий.

Перечень практических заданий к зачету по предмету «Рекламная деятельность»

1. Разработать и объяснить девиз по условию, выданному преподавателем.
2. Разработать и объяснить фирменный стиль по условию, выданному преподавателем.
3. Разработать и объяснить фирменный цвет по условию, выданному преподавателем.
4. Разработать и объяснить фирменную константу по условию, выданному преподавателем.
5. Разработать и объяснить товарный знак по условию, выданному преподавателем.
6. Разработать и объяснить логотип по условию, выданному преподавателем.
7. Разработать и объяснить рекламное обращение по условию, выданному преподавателем.
8. Разработать и объяснить текст рекламы в газету по условию, выданному преподавателем.
9. Объяснить выбор использования газетной рекламы по условию, выданному преподавателем.
10. Разработать и объяснить текст рекламы в журнал по условию, выданному преподавателем.
11. Объяснить выбор использования журнальной рекламы по условию, выданному преподавателем.
12. Разработать и объяснить текст рекламы на радио по условию, выданному преподавателем.
13. Разработать и объяснить текст рекламы на телевидении по условию, выданному преподавателем.

14. Объяснить выбор использования телевизионной рекламы по условию, выданному преподавателем.
15. Разработать и объяснить текст цифровой рекламы по условию, выданному преподавателем.
16. Объяснить выбор вида цифровой рекламы по условию, выданному преподавателем.
17. Разработать и объяснить текст прямой почтовой рекламы по условию, выданному преподавателем.
18. Разработать и объяснить оформление конверта прямой почтовой рекламы по условию, выданному преподавателем.
19. Разработать и объяснить рекламу в местах продажи по условию, выданному преподавателем.
20. Объяснить выбор использования рекламы в местах продажи по условию, выданному преподавателем.
21. Объяснить выбор вида наружной рекламы по условию, выданному преподавателем.
22. Разработать и объяснить текст наружной рекламы по условию, выданному преподавателем.
23. Объяснить выбор использования интерьерной рекламы по условию, выданному преподавателем.
24. Разработать и объяснить текст интерьерной рекламы по условию, выданному преподавателем.
25. Объяснить выбор использования мероприятий «Паблик рилейшнз» по условию, выданному преподавателем.
26. Разработать мероприятия «Паблик рилейшнз» по условию, выданному преподавателем.
27. Объяснить выбор использования рекламных сувениров по условию, выданному преподавателем.
28. Разработать эскиз рекламной продукции по условию, выданному преподавателем.
29. Объяснить выбор участия в ярмарках и выставках по условию выданному преподавателем.
30. Составить договор на рекламу.