

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Методические рекомендации для  
самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

**Б1.В.08 Организация рекламной деятельности**

**Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент**

**Профиль образовательной программы «Маркетинг»**

**Форма обучения очная**

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Организация самостоятельной работы.....	3
2. Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов.....	5
3. Методические рекомендации по подготовке к занятиям.....	7
3.1 Практическое занятие №1 История рекламной деятельности.....	7
3.2 Практическое занятие №2 История рекламной деятельности в России.....	7
3.3 Практическое занятие №3 Содержание и формы рекламной деятельности.....	7
3.4 Практическое занятие №4 Регулирование рекламной деятельности.....	7
3.5 Практическое занятие №5 Товарные знаки в рекламной деятельности.....	7
3.6 Практическое занятие №6 Рекламное оформление выставок и ярмарок.....	7
3.7 Практическое занятие №7, 8 Организация рекламной деятельности в средствах массовой информации.....	7
3.8 Практическое занятие №9 Визитные карточки.....	8
3.9 Практическое занятие №10 Разработка названия фирмы.....	8
3.10 Практическое занятие №11 Цвет, шрифт и требования к изобразительным элементам.....	8
в	рекла-
ме.....	8
3.11 Практическое занятие №12 Звук в рекламе.....	8
3.12 Практическое занятие №13 Политическая рекламная деятельность.....	8
3.13 Практическое занятие №14 Социальная реклама.....	8
3.14 Практическое занятие №15, 16 Планирование рекламной деятельности.....	8
3.15 Практическое занятие №17 Бюджет и эффективность рекламной деятельности	9

# 1. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

## 1.1. Организационно-методические данные дисциплины

№ п.п.	Наименование темы	Общий объем часов по видам самостоятельной работы (из табл. 5.1 РПД)				
		подготовка курсового проекта (работы)	подготовка реферата/эссе	индивидуальные домашние задания (ИДЗ)	самостоятельное изучение вопросов (СИВ)	подготовка к занятиям (ПкЗ)
1	2	3	4	5	6	7
1.	<b>Раздел 1</b> <b>История рекламной деятельности</b>				<b>10</b>	<b>10</b>
1.1.	<b>Тема 1</b> <i>История рекламной деятельности</i>				2	2
1.2.	<b>Тема 2</b> <i>История рекламной деятельности в России</i>				2	2
1.3.	<b>Тема 3</b> Содержание и формы рекламной деятельности				2	2
1.4.	<b>Тема 4</b> Регулирование рекламной деятельности				2	2
1.5.	<b>Тема 5</b> Товарные знаки в рекламной деятельности				2	2
2.	<b>Раздел 2</b> <b>Содержание процесса организации рекламной деятельности</b>				<b>10</b>	<b>10</b>
2.1.	<b>Тема 6</b> Рекламное оформление выставок и ярмарок				2	2
2.2.	<b>Тема 7</b> Организация рекламной деятельности в средствах массовой информации				4	4
2.3.	<b>Тема 8</b> Визитные карточки				2	2
2.4.	<b>Тема 9</b> Разработка названия фирмы				2	2
3.	<b>Раздел 3</b> <b>Формы и методы рекламы</b>				<b>8</b>	<b>8</b>
3.1.	<b>Тема 10</b> Цвет, шрифт и требования к изобразительным элементам в рекламе				2	2
3.2.	<b>Тема 11</b> Звук в рекламе				2	2
3.3.	<b>Тема 12</b> Политическая рекламная деятельность				2	2

3.4	<b>Тема 13</b> Социальная реклама				2	2
4.	<b>Раздел 4</b> <b>Определение эффективности рекламной деятельности</b>				8	8
4.1.	<b>Тема 14</b> Планирование рекламной деятельности				4	4
4.2.	<b>Тема 15</b> Бюджет и эффективность рекламной деятельности				4	4

## **2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОМУ ИЗУЧЕНИЮ ВОПРОСОВ**

### **2.1. Возникновение прессы и ее роль в распространении рекламы.**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

### **2.2. Зрелищные формы рекламы в России.**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

### **2.3. Структура процесса рекламной коммуникации.**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

### **2.4. Процесс разработки рекламной программы: постановка задач, решение о разработке бюджета, решение о рекламном обращении, решения о средствах распространения информации, оценка рекламной программы.**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

### **2.5. Формирование творческого подхода «универсального торгового предложения»**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

### **2.6. Экономические аспекты организации выставки.**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

### **2.7. Разработка рекламной программы.**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

### **2.8. Фирменный стиль. Имидж фирмы. Товарный знак, как средство рекламы.**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

### **2.9. Позиционирование товара**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

### **2.10. Паблик рилейшнз.**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

### **2.11. Мероприятия «Паблик рилейшнз».**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

### **2.12. Профессии имиджмейкера, спичрайтера, спиндоектора и пресс-секретаря.**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

**2.13. Понятие о внутриорганизационных связях с общественностью (PR как подсистема организации).**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

**2.14. Работа со СМИ в условиях кризиса.**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

**2.15. Методы формирования рекламного бюджета.**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на ключевых моментах и на более сложных из них для лучшего запоминания.

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАНЯТИЯМ**

#### **3.1. Практическое занятие 1 (ПЗ-1) История рекламной деятельности**

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Понятие рекламной деятельности.
2. Содержание и формы рекламной деятельности.
3. Определение рекламы. Эволюция рекламной деятельности.
4. История рекламы.

#### **3.2. Практические занятия 2 (ПЗ-2) История рекламной деятельности в России**

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Появление рекламной деятельности в России.
2. Особенности рекламной деятельности в России.
3. Современная российская реклама.
4. Тенденции и перспективы рекламного дела на современных рынках стран мира и России.

#### **3.3. Практические занятия 3 (ПЗ-3) Содержание и формы рекламной деятельности**

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Понятие, субъекты и объекты рекламной деятельности.
2. Основные черты рекламы. Виды рекламы. Типология рекламы.
3. Классификация рекламы по направленности.

#### **3.4. Практическое занятие 4 (ПЗ-4) Регулирование рекламной деятельности**

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Соотношение рекламы с этическими и моральными нормами.
2. Международный кодекс рекламной практики.

#### **3.5. Практическое занятие 5 (ПЗ-5) Товарные знаки в рекламной деятельности**

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Происхождение товарного знака. История товарного знака.
2. Правовая охрана товарного знака.
3. Использование товарного знака.

#### **3.6. Практические занятия 6 (ПЗ-6). Рекламное оформление выставок и ярмарок**

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Определение выставок и ярмарок.
2. Содержание выставочной и ярмарочной деятельности.
3. Виды выставок и ярмарок.
4. Цели и задачи выставок и ярмарок. Основные функции выставок и ярмарок.

#### **3.7. Практические занятия 7, 8 (ПЗ-7, ПЗ-8) Организация рекламной деятельности в средствах массовой информации**

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Содержание процесса организации рекламной деятельности в средствах массовой информации.
2. Основные функции отделов рекламы в средствах массовой информации.
3. Организация рекламной деятельности в печати.

### **3.8. Практические занятия 9 (ПЗ-9) Визитные карточки**

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Появление прототипов визитных карточек.
2. История возникновения и распространения визитных карточек.
3. Основные функции визитных карточек. Требования к визитным карточкам

### **3.9. Практические занятия 10 (ПЗ-10) Разработка названия фирмы**

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Понятие фирменного блока.
2. Название фирмы как ключевой элемент фирменного блока и эффективной рекламы
3. Фирменный стиль. Составляющие фирменного стиля.

### **3.10. Практические занятия 11 (ПЗ-11) Цвет, шрифт и требования к изобразительным элементам в рекламе**

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Цвет в рекламе. Роль и функции цвета в рекламе. Цветовая гамма.
2. Правила использования цвета в рекламе.
3. Требования к основным изобразительным элементам в рекламе.

### **3.11. Практические занятия 12 (ПЗ-12) Звук в рекламе**

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Роль звука в рекламе
2. Формы и методы озвучивания рекламных текстов

### **3.12. Практические занятия 13 (ПЗ-13) Политическая рекламная деятельность**

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Определение политической рекламы.
2. Отличие политической рекламы от других видов рекламы.
3. Субъекты политической рекламной кампании.

### **3.13. Практические занятия 14 (ПЗ-14) Социальная реклама**

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Определение социальной рекламы.
2. Виды социальной рекламы.
3. Субъекты социальной рекламной кампании.

### **3.14. Практические занятия 15, 16 (ПЗ-15, ПЗ-16). Планирование рекламной деятельности**

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Планирование рекламной деятельности.
2. Виды рекламных кампаний.
3. Маркетинговые и рекламные программы. Планы маркетинга и рекламы.
4. Роль прогноза в рекламе.

### **3.15. Практические занятия 17 (ПЗ-17) Бюджет и эффективность рекламной деятельности**

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты:

1. Бюджет рекламы. Методы составления рекламных бюджетов.
2. Виды контроля в рекламной деятельности
3. Экономическая оценка эффективности рекламы.