

Приложение 2 к рабочей программе  
дисциплины  
**«Рекламные технологии»**

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОЛЖСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ПЕДАГОГИКИ И ПРАВА»

Волжский социально-педагогический колледж

**Фонд оценочных средств  
по дисциплине  
«Рекламные технологии»**

Специальность:  
**54.02.01 Дизайн (по отраслям)**

Уровень образования:  
**среднее профессиональное образование**

Квалификация выпускника:  
дизайнер

## Содержание

1 Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в процессе освоения образовательной программы, описание показателей, критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания .....	3
2 Типовые контрольные задания, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих формирование компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	8
2.1 Типовые контрольные задания, используемые для проведения входного контроля .....	8
2.2 Типовые контрольные задания, используемые для текущего контроля по дисциплине .	9
2.2.1 Методические материалы, используемые для текущего контроля знаний по дисциплине .....	9
2.2.2 Задания для самостоятельной работы.....	9
2.2.3 Типовые задания .....	10
2.3 Типовые контрольные задания, используемые для промежуточной аттестации по дисциплине.....	12
2.3.1 Примерный перечень вопросов к дифференцированному зачету по дисциплине....	12
2.3.2 Примерное задание на зачет дифференцированный зачет по дисциплине.....	13

ВИЭПШ



**1 Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в процессе освоения образовательной программы, описание показателей, критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания**

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
<p>ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять в ней устойчивый интерес</p>	<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности. - <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	<p>- <i>имеет базовые знания</i> о целях, задачах и средствах рекламной деятельности; основных принципах организации рекламной деятельности. - <i>умеет</i> по инструкции преподавателя разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	удовлетворительно
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности. - <i>умеет</i> на основе типовых примеров разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	хорошо
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности. - <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	отлично
<p>ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности. - <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты;</p>	<p>- <i>имеет базовые знания</i> о целях, задачах и средствах рекламной деятельности; основных принципах организации рекламной деятельности. - <i>умеет</i> по инструкции преподавателя разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	удовлетворительно
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p>	хорошо

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
		<p>- <i>умеет</i> на основе типовых примеров разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	отлично
<p>ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты;</p>	<p>- <i>имеет базовые знания</i> о целях, задачах и средствах рекламной деятельности; основных принципах организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> по инструкции преподавателя разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	удовлетворительно
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> на основе типовых примеров разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	хорошо
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	отлично

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты;</p>	<p>- <i>имеет базовые знания</i> о целях, задачах и средствах рекламной деятельности; основных принципах организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> по инструкции преподавателя разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	удовлетворительно
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> на основе типовых примеров разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	хорошо
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	отлично
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты;</p>	<p>- <i>имеет базовые знания</i> о целях, задачах и средствах рекламной деятельности; основных принципах организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> по инструкции преподавателя разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	удовлетворительно
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> на основе типовых примеров разрабатывать рекламные проекты; использовать</p>	хорошо



Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
		разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.	
		<p>- <b>знает</b> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <b>умеет</b> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	отлично
ПК 1.1 Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн-проектов.	<p>- <b>знает</b> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <b>умеет</b> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты;</p>	<p>- <b>имеет базовые знания</b> о целях, задачах и средствах рекламной деятельности; основных принципах организации рекламной деятельности.</p> <p>- <b>умеет</b> по инструкции преподавателя разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	удовлетворительно
		<p>- <b>знает</b> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <b>умеет</b> на основе типовых примеров разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	хорошо
		<p>- <b>знает</b> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <b>умеет</b> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	отлично

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
ПК 1.2 Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с учетом современных тенденций в области дизайна.	- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.	<p>- <i>имеет базовые знания</i> о целях, задачах и средствах рекламной деятельности; основных принципах организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> по инструкции преподавателя разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	удовлетворительно
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> на основе типовых примеров разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	хорошо
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	отлично

## **2 Типовые контрольные задания, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих формирование компетенций в процессе освоения образовательной программы**

### **2.1 Типовые контрольные задания, используемые для проведения входного контроля**

1. Что имеет каждый цвет?
  - a) Оттенок красного
  - b) Способность становится зеленым
  - c) Дополнительный цвет
2. Укажите первичные цвета.
  - a) Красный, жёлтый, синий
  - b) Красный, зелёный, жёлтый
  - c) Жёлтый, синий, белый
3. Какой цвет является составным?
  - a) Синий
  - b) Оранжевый
  - c) Красный
4. Как называется геометрический порядок множества цветов?
  - a) Цветовой круг
  - b) Палитра
  - c) Цветовая плоскость
5. Какие характеристики больше подходят чистым теплым цветам?
  - a) спокойный, уравновешенный, тихий
  - b) яркий, энергичный, жизнерадостный
  - c) нейтральный, успокаивающий,
  - d) спокойный, рассудительный, мрачный
6. Основные признаки цвета:
  - a) Цветовой контраст
  - b) Насыщенность
  - c) Ахроматический вариант
  - d) Цветовой тон
7. Чего можно достичь в цвете, используя модели геометрических фигур?
  - a) Гармонию родственно-контрастных цветов
  - b) Декоративную стилизацию
  - c) Цветовое равновесие
  - d) Гармоническое сочетание взаимодополнительных цветов
8. В чем выражается цветовая комбинаторика?
  - a) В изображении диаграмм все используемых сочетаний
  - b) В изменении формы
  - c) В подборе композиционной схемы
  - d) В сочетании цветовых масс
9. Чем определяется понятие "стиль"?
  - a) Системой внутренних связей
  - b) Целостностью всех компонентов художественного произведения
  - c) Копировальной грамотой
  - d) Манерой исполнения
10. В чем выражается выразительность цвета в композиции?
  - a) В спектральности цвета
  - b) В обогащении содержания образа цветовыми контрастными и нюансными отношениями
  - c) В совокупности многих цветов



- d) В символическом цветовом кодировании
11. Что такое цветовой акцент?
- Цветовой нюанс
  - Подчеркивание, выделение, ударение
  - Видоизменение реального объекта
  - Ритмическая взаимосвязь форм
12. Как достичь цветового равновесия?
- Сгармонизировать цветовые отношения
  - Выделить главный цвет
  - Использовать чистые (спектральные) цвета
  - Соотнести плоскости между собой

## 2.2 Типовые контрольные задания, используемые для текущего контроля по дисциплине

### 2.2.1 Методические материалы, используемые для текущего контроля знаний по дисциплине

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Самостоятельное решение задач	Метод, при котором обучающиеся приобретают навыки творческого мышления, самостоятельного решения проблем теории и практики.	Типовые задания
Работа в малых группах	Метод, направленный на участие обучающихся в работе, развитие навыков сотрудничества, межличностного общения	Методика организации работы в малых группах Типовые задания

### 2.2.2 Задания для самостоятельной работы

#### Задания для самостоятельной работы по теме «Виды и средства распространения рекламы»

1. Подобрать рекламные объявления различных видов (печатное, звуковое, видео), определить достоинства и недостатки, оценить качество донесения информации до потребителя, степень воздействия рекламного объявления на потребителя.

#### Задания для самостоятельной работы по теме «Фирменный стиль в рекламе»

- Исследование и анализ графической информации:
  - проанализировать элементы и носители фирменного стиля торговой марки, выбранной для ребрендинга;
  - подобрать аналоги фирменного стиля торговой марки данного направления;
  - сравнить фирменный стиль выбранной торговой марки с аналогичными.
- Разработка эскизов:
  - разработать эскизы элементов фирменного стиля: знака, логотипа в различной цветовой гамме;
  - разработать композицию знака и логотипа;
  - разработать варианты носителей фирменного стиля для выбранной фирмы.

#### Задания для самостоятельной работы по теме «Печатная реклама. Конструктивная структура рекламы»

- Исследование и анализ графической информации.
 

Просмотреть печатные рекламные объявления. Выбрать печатную рекламу, дизайн которой покажется наиболее интересным и эффективным. Проанализировать, какие законы композиции в ней использованы и с помощью каких средств достигнут подобный эффект.
- Разработка эскизов

Разработать эскизы печатной рекламы для фирмы (продукта питания, хозяйственных товаров, вещи). Носителями рекламы служат листовка, газета(журнал), буклет

#### **Задания для самостоятельной работы по теме «Наружная реклама»**

##### **1. Исследование и анализ графической информации:**

- проанализировать наружную рекламу фирмы (продукта, услуги) выбранной для выполнения задания и фирм (продуктов, услуг) аналогичных выбранной;
- выявить достоинства фирмы (продукта, услуги);
- проанализировать вывески различных фирм;
- выявить разновидности вывесок.

##### **2. Разработка эскизов:**

- разработать эскизы наружной рекламы для выбранной фирмы (продукта, услуги).
- разработать эскизы вывески для выбранной фирмы (продукта, услуги).

#### **Задания для самостоятельной работы по теме «Событийный маркетинг»**

##### **1. Анализ рекламных мероприятий:**

- проанализировать рекламное мероприятие, проходящее в городе;
- выявить достоинства и недостатки рекламного мероприятия, опираясь на основные моменты событийного маркетинга.

#### **Задания для самостоятельной работы по теме «Организация рекламной деятельности»**

##### **1. Анализ рекламной кампании продукта (услуги).**

- проанализировать рекламную кампанию продукта (услуги);
- выявить достоинства и недостатки рекламной кампании продукта (услуги).

#### **2.2.3 Типовые задания**

##### **1. Анализ печатной рекламы.**

Студентам раздается по 2-3 рекламных объявления для анализа. В каждом объявлении необходимо найти достоинства и недостатки, проанализировать композицию объявления, читаемость, цвет, шрифт, иллюстрации, качество донесения информации. Затем каждый предлагает анализ для обсуждения в группе.

##### **2. Анализ звуковой рекламы.**

Студенты прослушивают по 2-3 рекламных объявления. В каждом объявлении необходимо выявить достоинства и недостатки, проанализировать степень воздействия рекламного объявления на слушателя.

##### **3. Анализ видео – рекламы.**

Студенты просматривают видеоролик с рекламным сообщением. В рекламном сообщении необходимо проанализировать видеоряд, звуковое сопровождение ролика, степень воздействия рекламного ролика на зрителя.

##### **4. Ребрендинг известной торговой марки.**

Студент самостоятельно выбирает торговую марку для ребрендинга. При работе над заданием студент выполняет следующий вид работ:

- разработка фирменного знака;
- разработка фирменного логотипа;
- разработка легенды (значения) фирменного знака;
- разработка композиции фирменного знака и фирменного логотипа;
- разработка палитры корпоративных цветов, основной и дополнительной;
- разработка фирменного опорного шрифта;
- разработка носителей фирменного стиля: визитка, фирменный бланк, сувенирная продукция (по выбору студента).

Задание выполняется средствами двумерной векторной графики и представляется в печатном виде.

##### **5. Разработка печатной рекламы: листовка.**

Разработать рекламную листовку товара формат А5 на заданную тему.

Для этого необходимо написать текст, придумать заголовок и иллюстрацию, стараясь

разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу. Продумать чем листовка будет «цеплять» потенциального покупателя (акция, скидка, цена, подарок, яркий лозунг и т.д.).

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде в натуральную величину.

#### 6. Разработка печатной рекламы: реклама в газете (журнале).

Разработать рекламу в журнале на всю страницу формат А4 на заданную тему. Для этого необходимо написать текст, придумать заголовок и иллюстрацию, стараясь разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу. Продумать чем реклама будет привлекать потенциального покупателя (достоинства продукта, новинка, акция, скидка, цена, подарок, яркий лозунг и т.д.).

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде в натуральную величину.

#### 7. Разработка печатной рекламы: буклет.

Разработать имиджевый буклет, формат А4, тип складывания – 2 фальца «Евро» или «Гармошка». Продумать чем реклама будет привлекать потенциального потребителя. Выявить достоинства фирмы.

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде в натуральную величину.

#### 8. Разработка наружной рекламы: сити-формат.

Разработать рекламный плакат 1200x1800 мм на заданную тему.

Продумать чем реклама будет привлекать потенциального покупателя (достоинства продукта, новинка, акция, скидка, цена, подарок, яркий лозунг и т.д.). Выявить достоинства фирмы (продукта, услуги). Написать текст, придумать заголовок и иллюстрацию, стараясь разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу.

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде

#### 9. Разработка наружной рекламы: пиллар.

Разработать рекламный плакат для пилларса 1400x3000мм на заданную тему.

Продумать чем реклама будет привлекать потенциального покупателя (достоинства продукта, новинка, акция, скидка, цена, подарок, яркий лозунг и т.д.). Тематика работы аналогична сити-формату. Эти работы не должны быть идентичны, но должно читаться стилевое единство в оформлении. Выявить достоинства фирмы (продукта, услуги). Написать текст, придумать заголовок и иллюстрацию, стараясь разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу.

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде

#### 10. Разработка наружной рекламы: ситиборд (билборд).

Разработать рекламный плакат интернет-магазина по продаже товара для ситиборда (билборда).

Продумать чем реклама будет привлекать потенциального покупателя (достоинства продукта, новинка, акция, скидка, цена, подарок, яркий лозунг и т.д.). Выявить достоинства фирмы (продукта, услуги). Написать текст, придумать заголовок и иллюстрацию, стараясь разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу.

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде.

#### 11. Разработка наружной рекламы: суперсайт (брандмауэр).

Разработать рекламный плакат для суперсайта (брандмауэра) на заданную тему.

Продумать чем реклама будет привлекать потенциального покупателя (достоинства продукта, новинка, акция, скидка, цена, подарок, яркий лозунг и т.д.). Выявить достоинства фирмы (продукта, услуги). Написать текст, придумать заголовок и иллюстрацию, стараясь разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу.



Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде.

12. Разработка наружной рекламы: реклама на транспорте.

Разработать рекламу фирмы (товара, услуги) на транспорте на заданную тему. Продумать чем реклама будет привлекать потенциального покупателя. Выявить достоинства фирмы (продукта, услуги).

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде.

13. Разработка наружной рекламы: штендер.

Разработать рекламный плакат для штендера на заданную тему. Продумать чем объект будет привлекать потенциального покупателя.

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде.

14. Разработать один из видов рекламного мероприятия: событие, презентация, выставка, праздник, промо-акция.

Необходимо:

- сформулировать цели и задачи рекламного мероприятия;
- определить целевую аудиторию рекламного мероприятия;
- выбрать место (центр, окраина города или за пределами города, открытое или закрытое пространство, отдельное строение или отдел в торговом центре) проведения мероприятия;
- выбрать время проведения мероприятия (определить время года, день недели: выходной день, будний день, праздничный день, время в течении дня: утро, день, вечер);
- проработать содержание мероприятия, сценарий, элементы оформления и варианты раздаточного материала;
- продумать информационную поддержку мероприятия: по каким каналам будет проходить оповещение о мероприятии, за какой период времени до мероприятия, а так же, оповещение в СМИ после прохождения мероприятия;
- предоставить вариант рекламного мероприятия для обсуждения в группе.

14. Разработка рекламной кампании нового продукта.

Для выбранного нового продукта необходимо:

- разработать эскиз упаковки,
- продумать ассортимент,
- определить ценовую категорию продукта,
- выявить целевую аудиторию,
- разработать варианты акций для привлечения потребителей к новому продукту.

## **2.3 Типовые контрольные задания, используемые для промежуточной аттестации по дисциплине**

### **2.3.1 Примерный перечень вопросов к дифференцированному зачету по дисциплине**

1. Что такое реклама? Объект рекламы? Основные функции рекламы?
2. Каковы особенности распространения рекламы в печатных изданиях?
3. В чем заключается особенность наружной рекламы?
4. В чем заключается особенность Интернета как средства распространения рекламы?
5. В чем заключается особенность коммерческой рекламы?
6. В чем заключается особенность социальной рекламы?
7. В чем заключается особенность политической рекламы?
8. В чем заключается роль рекламы в современном обществе?
9. Как развивалась реклама?
10. Что такое фирменный стиль?
11. Что такое бренд? В чем отличие ребрендинга и рестайлинга?

12. Основные элементы фирменного стиля
13. Каковы основные принципы создания фирменного стиля?
14. Дать характеристику основным элементам печатной рекламы
15. Какие существуют изобразительные средства рекламы?
16. Какие основные требования предъявляются к работе над шрифтами?
17. Какое влияние оказывает цвет и форма на восприятие рекламы?
18. С помощью каких приемов можно привлечь внимание к рекламе?
19. Каковы инструменты событийного маркетинга?
20. В чем заключается событийный маркетинг?
21. В чем особенности основных мероприятий событийного маркетинга?
22. Какие задачи решаются различными инструментами событийного маркетинга?
23. Какие существуют виды рекламных агентств?
24. Каковы цели и задачи рекламной кампании?
25. Кто является участником рекламного процесса?

### **2.3.2 Примерное задание на дифференцированный зачет по дисциплине**

1. В чем заключается особенность наружной рекламы?
2. Практическое задание. Предоставляется портфолио работ в печатном виде, выполненных за семестр.

ВИЭШ