

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

Кафедра «История и культурология»

# **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

# И ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА»

Ростов-на-Дону

ДГТУ

2024

УДК 659.1

Составители: Н.В. Шишова, Е.А. Микова

Методические указания и планы практических занятий по дисциплине «Наружная реклама» - Ростов-на-Дону: Донской гос.техн.ун-т, 2024. - 12 с.

Содержат указания к выполнению практических занятий, систематизированные по разделам курса и требования, предъявляемые к итоговой аттестации.

Предназначены для студентов направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль Реклама и связи с общественностью в брендинге и интернет-маркетинге).

УДК 659.1

Печатается по решению редакционно-издательского совета

Донского государственного технического университета.

Научный редактор – канд.ист.наук, доцент Н.В. Шишова

Ответственный за выпуск зав. кафедрой «История и культурология», канд.ист.наук, доцент Н.В. Шишова

© Издательский центр ДГТУ, 2024 г.

Учебная дисциплина направлена на усвоение студентами знаний в области наружной рекламы и предназначена для изучения основ организации и управления производства, распространения и размещения наружной рекламы. Структура курса нацеливает студентов на работу как теоретического, так и прикладного характера, что способствует получению соответствующих базовых знаний для решения профессиональных задач.

Целью дисциплины является формирование целостного видения процесса производства и размещения наружной рекламы, как со стороны рекламодателя, так и со стороны рекламопроизводителя; изучение современных тенденций и особенностей развития рынка наружной рекламы.

Задачи дисциплины:

- изучить основные аспекты наружной рекламы;

- рассмотреть виды наружной рекламы, их достоинства и недостатки;

- раскрыть основные принципы и психологические аспекты воздействия наружной рекламы;

- изучить материалы и технологии, применяемые в изготовлении наружной рекламы;

- обеспечить знание принципов управления и правового регулирования рынка наружной рекламы;

- сформировать навыки практического применения теоретических знаний;

- закрепить интерес к выбранной специальности.

Студенты, завершившие изучение дисциплины «Наружная реклама», должны обладать следующими компетенциями:

ПК-4: Способен применять в профессиональной сфере современные технологические решения, технические средства, приемы и методы разработки и производства рекламы (онлайн и офлайн), с целью продвижения продукции и/или услуг организаций.

ПК-4.10: Способен использовать приемы и методы разработки, производства и размещения наружной рекламы в профессиональной деятельности.

«Наружная реклама» - это семестровый курс (5 семестр), включающий в себя 16 ч. лекций, 32 ч. практических занятий для студентов дневной формы обучения и зачет.

В связи с организацией учебного процесса в ДГТУ по системе «РИТМ» (развитие индивидуального творчества, мышления) вводится своеобразная форма контроля и оценки знаний студентов – рейтинг. Студент, успешно выполняющий в ходе практических занятий определённые виды работ, получает за это фиксированное количество баллов.

Весь изучаемый материал разбивается на блоки, включающие темы, которые рассматриваются на лекционных занятиях и в ходе самостоятельной работы. По каждому блоку студент должен набрать соответствующее количество баллов, чтобы получить положительную оценку.

По дисциплине предусмотрены различные виды работ:

1. Практическое задание, в зависимости от объема и той степени точности, в которой их тема была раскрыта, а также от того, было ли практическое задание защищено подготовившим его студентом устно на практическом занятии или сдано на проверку в письменной форме – стимулируется различным количеством баллов.

2. Устный ответ на практическом занятии оценивается в зависимости от соответствия обсуждаемому вопросу, информативности, фактологичности, цельности охвата материала и других факторов содержательности ответа .

3. Дополнения к ответам на вопросы и обсуждению проблем практического занятия, также оценивается в зависимости от критериев, указанных в пункте 2

4. Выступление на конференции по одной из тем дисциплины поощряется дополнительным количеством баллв.

7. Участие во внеаудиторных мероприятиях таких, как: фестивали и ярмарки рекламы, выставки, презентации и т.д. с последующим их анализом позволяют обучающемуся набрать дополнительные баллы.

**Тема:**Введение в изучение курса «Наружная реклама». Основные понятия.

Положительные и отрицательные аспекты наружной рекламы (4 ч.).

* 1. История возникновения наружной рекламы
  2. Эволюция современной наружной рекламы
  3. Основные понятия, используемые специалистами по рекламе
  4. Достоинства и недостатки наружной рекламы как канала коммуникации

Вопросы для обсуждения

1. Сформулируйте понятие «Наружная реклама»
2. Расскажите, что вы знаете о развитии наружной рекламы
3. Какова, по-вашему, роль наружной рекламы на современном рынке рекламных услуг?
4. Какую роль играет научно-технический прогресс в развитии наружной рекламы?
5. Назовите положительные и отрицательные аспекты наружной рекламы.
6. Насколько велика стоимость контакта с потребителем в наружной рекламе по сравнению с другими каналами коммуникации?
7. Каковы особенности отношения к наружной рекламе как к каналу коммуникации у рекламодателей.

**Дискуссия** на тему роли наружной рекламы в развитии современного рынка рекламы. Обсуждение достоинств и недостатков наружной рекламы, перспектив развития данного рынка.

**ТемА:** Типология видов наружной рекламы. Реклама в местах продаж и нестандартные виды наружной рекламы (4 ч.).

1. Классификация видов наружной рекламы

2. Характеристика носителей наружной рекламы

3. Достоинства и недостатки основных видов наружной рекламы.

4. Роль наружной рекламы в оформлении места продажи товара.

5. Виды наружной рекламы в местах продаж: маркизы, вывески, витрины.

6. Нестандартные средства наружной рекламы.

Вопросы для обсуждения:

1. Перечислите основные виды наружной рекламы.
2. Каковы отличительные черты видов наружной рекламы?
3. Назовите основные места размещения носителей наружной рекламы.
4. Каковы основные преимущества рекламы в местах продаж?
5. Каковы особенности оформления данных носителей наружной рекламы?
6. Назовите основные нестандартные виды рекламы.
7. В чем преимущество нестандартных носителей?

Практическое задание

Выбрав один из районов г.Ростова-на-Дону, приведите примеры, размещённых в нём основных и нестандартных видов наружной рекламы (презентация):

а) сформулируйте достоинства и недостатки каждого из носителей;

б) дайте сравнительную характеристику данным конструкциям;

в) какова эффективность их размещения.

**ТемА:** Наружная реклама на транспорте. Ключевые аспекты ее эффективности (2 ч.).

1. Достоинства и недостатки рекламы на транспорте

2. Виды рекламы на транспорте: автобусы, маршрутные такси, метро, корпоративный транспорт

3. Эффективность рекламы на транспорте

Вопросы для обсуждения:

1. Назовите известные основные причины выбора рекламы на транспорте.
2. Каковы ключевые аспекты эффективности рекламы на транспорте?
3. Сформулируйте основные достоинства и недостатки рекламы на транспорте.
4. Какова специфика охвата аудитории транспортной рекламой?
5. Для продвижения каких товаров подходит данный рекламный носитель?

Практическое задание.

По дороге из института уделите внимание рекламе на транспорте:

а) какое количество рекламных материалов вы заметили;

б) какие виды рекламы на транспорте попадались вам чаще;

в) какие товары/услуги представлены в данных обращениях;

г) какие из видов рекламы показались вам наиболее эффективными. Аргументируйте ответ.

**Тема:** Текст в наружной рекламе. Основные принципы построения изображения в наружной рекламе (4 ч.).

1. Основные правила написания рекламных текстов для наружной рекламы

2. Ошибки перевода и стилизации.

1. Особенности составления композиции для различных видов рекламных носителей
2. Размер и количество визуальных элементов на макете
3. Подготовка оригинал-макета для размещения на носителях наружной рекламы

Вопросы для обсуждения:

1. Сформулируйте основные принципы размещения текста в наружной рекламе.
2. Какие правила действуют для шрифтового оформления щитов, плакатов?
3. Правильность перевода или адаптация текстов для различных стран.
4. Каковы основные принципы построения изображения в наружной рекламе?
5. Назовите основные смысловые зоны плаката.
6. Частые ошибки разработки изображения на практических примерах.

Практическое задание

Выберите два рекламных обращения, размещённых на носителях наружной рекламы г.Ростова-на-Дону (наиболее эффективное и наименее эффективное с точки зрения правил написания рекламных текстов и основных принципов построения изображения). Аргументируйте ответ.

**Тема**. Психологические аспекты наружной рекламы. Элементы фирменного стиля в наружной рекламе (4 ч.).

1. Психология восприятия рекламного сообщения.

2. Частота повторения и запоминаемость.

3. Время реакции потребителя.

4. Фирменный стиль как средство воздействия на потребителя.

5. Эффективность применения фирменного стиля в наружной рекламе.

6. Закрепление узнавания рекламодателя посредством использованияэлементов его фирменного стиля.

Вопросы для обсуждения:

1. Каково психологическое воздействие различных видов наружной рекламы?
2. Правило трех секунд.
3. Какова минимальная эффективная частота размещения на наружной рекламе.
4. Основные способы повышения эффективности воздействия наружной рекламы.
5. Необходимость использования фирменного стиля в наружной рекламе.
6. Какие элементы фирменного стиля эффективнее размещать в рекламном сообщении?
7. Влияние использования фирменного стиля на эффективность рекламного сообщения.

Практическое задание.

Спроектируйте оригинал-макет для заданного вида товара и носителя, используя основные правила создания макетов для носителей наружной рекламы.

**Тема:** Материалы, используемые для изготовления наружной рекламы.

Технологии производства наружной рекламы различных видов (4 ч.).

1. Материалы, используемые в производстве вывесок, щитов, штендеров, указателей, брандмауэров.
2. Материалы для изготовления изображений для различных конструкций.
3. Технологии печати изображений.

4. Технологические аспекты создания наружной рекламы.

5. Координация работы дизайнеров и отдела производства.

Вопросы для обсуждения:

1. Что вы знаете об использовании следующих материалов: металлы, пластики, ткани, пленки.
2. Какие материалы применяются для изготовления вывесок?
3. Какие материалы используются для изготовления изображений на щиты, призматроны, брандмауэры?
4. Какие технологии изготовления постерных изображений вы знаете?
5. Отличительные особенности изготовления стандартных конструкций и «под заказ».
6. Выбор материалов для изготовления наружной рекламы.
7. Разработка оригинал-макетов конструкции.
8. Персонал, обслуживающий производство конструкций наружной рекламы.
9. Основные аспекты координации работы творческого и производственного отдела.

Практическое задание

Назовите, какие материалы, а также технологии изготовления целесообразно применить для разработанного вами оригинал-макета. Обоснуйте ответ, используя знание преимуществ и недостатков различных видов тканей, пленок, пластиков для выполнения той или иной работы.

**Тема:** Использование наружной рекламы в комплексе коммуникаций (2 ч.).

1. Особенности применения различных видов носителей рекламы в зависимости от целей рекламной кампании.

2. Особенности размещения рекламы отдельных видов товаров на различных носителях.

Вопросы для обсуждения:

1. Роль наружной рекламы в комплексной рекламной кампании.
2. Планирование эффективного охвата.
3. Выбор носителя в зависимости от вида товара.
4. Выбор носителя в зависимости от стадии жизненного цикла товара.
5. Решение о географии размещения и частоте.

Практическое задание

Разработайте план рекламной кампании с использованием средств наружной рекламы для выбранного вами объекта. На какой стадии жизненного цикла находится выбранный вами объект рекламирования. Выявите целевую аудиторию. Какова цель рекламной кампании, её география и вид. Назовите, какие носители наружной рекламы вы будете использовать исходя из полученных данных.

**Тема:** Экономико-стоимостные параметры планирования наружной рекламы (2 ч.).

1. Соотношение затрат на наружную рекламу и ее эффективность.

2. Планирование объемов размещения наружной рекламы.

Вопросы для обсуждения:

1. Расчет стоимости контакта с потребителем.
2. Особенности охвата целевой аудитории при размещении наружной рекламы.
3. Закупка площадей наружной рекламы: стоимость, минимальный срок размещения, объем пакета размещения.
4. Назовите основные критерии эффективного планирования рекламной кампании с использованием средств наружной рекламы.

Практическое задание

Ознакомьтесь с рыночными расценками на размещение на носителях наружной рекламы. Вспомните, как планируется бюджет рекламных кампаний с использованием наружной рекламы в зависимости от возможностей компании. Исходя из разработанного вами на прошлом занятии плана рекламной кампании, составьте медиаплан. Рассчитайте стоимость контакта с потребителем. Аргументируйте ответ.

**Тема:** Управление и контроль в наружной рекламе (2 ч.).

1. Правовое регулирование наружной рекламы.
2. Саморегулирование наружной рекламы.

Вопросы для обсуждения:

1. Назовите статьи, регулирующие размещение на наружной рекламе.
2. Какие статьи закона также регулируют размещение информации на носителях наружной рекламы в отношении определенных видов товаров.
3. Государственные органы, контролирующие размещение на наружной рекламе.
4. Какие органы саморегулирования действуют на рынке наружной рекламы.
5. Характерные черты и основные направления деятельности органов саморегулирования

Практические задания.

1.На одной из улиц города N размещён призматрон с изображением логотипа магазина, торгующего спиртными напитками.

Каковы действия УФАС в данном случае? Дайте развернутое заключение по этому вопросу.

2. Можно ли считать законной рекламу, размещённую предпринимателем на столбе возле собственного дома. Аргументируйте ответ.

**Тема:** Рынок наружной рекламы России и г.Ростова-на-Дону (2 ч.).

1. Характеристика рынка наружной рекламы.

2. Перспективы развития.

Вопросы для обсуждения:

1. Охарактеризуйте современные тенденции развития рынка наружной рекламы.
2. Каких основных игроков рынка наружной рекламы вы знаете.
3. Перенасыщение рынка и его дальнейшее развитие.
4. Какова реакция рынка наружной рекламы на изменения и дополнения в Законе о рекламе.

Практическое задание.

Проведите обзор периодической литературы и интернет-источников. На основании проанализированной вами информации дайте характеристику рынка наружной рекламы России и г.Ростова-на-Дону, выявите общее, отличия и назовите дальнейшие перспективы.

**Тема:** Административные аспекты наружной рекламы на рынке г.Ростова-на-Дону (2 ч.).

1. Порядок размещения наружной рекламы на территории г. Ростов-на-Дону.

2. Паспортизация объектов наружной рекламы.

Вопросы для обсуждения:

1. Правовые аспекты установки различных рекламных конструкций.
2. Процедура паспортизации рекламных конструкций.
3. В каком случае рекламная конструкция не подлежит паспортизации.
4. Перечень документов, необходимых для получения паспорта.
5. Правила использования паспортизированной конструкции.

**Работа в рекламном агентстве:** Обработка запросов на размещение наружной рекламы. Планирование эффективной адресной программы для Клиента. Паспортизация одного из объектов наружной рекламы. Обсуждение законодательных ограничений, которые необходимо учесть при размещении определенных видов товаров на носителях наружной рекламы.

**Перечень рекомендованных информационных ресурсов**

**1.Основная литература**

* 1. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В. Г. Основы рекламы: Учебник. – М: «Дашков и К», 2023
  2. [Поляков В. А.](https://biblioclub.ru/index.php?page=author_red&id=32244) , [Васильев Г. А.](https://biblioclub.ru/index.php?page=author_red&id=24174) Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум- М.: «Юрайт», 2023

1. **Дополнительная литература**
   1. Бердышев С.Н. Эффективная наружная реклама. Практическое пособие. - М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017
   2. Богацкая С. Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: Учебное пособие. – М: «Университетская книга», 2020
   3. Васильева Е.А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей. Практическое пособие.- М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019
   4. Евстафьев В. А., Молин А. В. [Организация и практика работы рекламного агентства. Учебник. - М.: «Дашков и К°», 2019](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=385767&sr=1)
   5. Кузнецов П. А. [Современные технологии коммерческой рекламы.](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=345403&sr=1)  Практическое пособие. - М.: «Дашков и К°», 2018
   6. Ткаченко Н. В., Ткаченко О. Н. [Креативная реклама : технологии проектирования. Учебное пособие. - М.:Юнити-Дана, 201](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114422&sr=1)7

2.7.Тимофеев М.И. Психология рекламы: Учебное пособие. – М: «РИОР», 2023

1. **Периодические издания**
   1. Бренд-менеджмент. Журнал. – М.: ООО «Издательский дом «Гребенников»
   2. Наружка. Журнал. - М.: Издательский дом «Ар энд Ди Коммуникейшнз»
   3. Реклама. Теория и практика. Журнал.- М.: ООО «Объединённая редакция»
2. **Интернет-ресурсы**
   1. Ассоциация коммуникационных агентств России.// www.akarussia.ru
   2. Американская Ассоциация маркетинга.// <https://www.ama.org/>
   3. Европейская маркетинговая конфедерация// https://www.emc.be/
   4. Информационно-правовая система «Законодательство России».// pravo.gov.ru
   5. SOSTAV – Новости рекламы и маркетинга.[//www.sostav.ru](https://www.sostav.ru)
   6. ADINDEX – Новости рекламы и маркетинга. //adindex.ru