**ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ № 1**

**Розробка рекламного звернення**

Слід розробити (створити) комерційну або соціальну рекламу у вигляді рекламного відеоролику та брошури. Об'єктом длярекламного звернення може бути будь-яке підприємство або організація Житомирської області (державні чи приватні), їх продукція або послуги, особистість.

Робота може бути виконана як індивідуально, так і в команді до 4 осіб і не повинна суперечити Закону України «Про рекламу», заборонена ненормативна лексика і політична реклама.

**Вимоги до рекламних відеороликів**

Тривалість відео-ролика не більше 45 сек.

*Критерії оцінювання:*ідея рекламного ролика; якість візуального матеріалу; грамотність візуального матеріалу з погляду законів про рекламу та авторських прав, дотримання вимог до індивідуальної роботи; уміння презентувати (захистити) свою роботу; оригінальність і новизна.

**Вимоги до брошури**

Роботи обов’язково повинні містити основні атрибути рекламного повідомлення (логотип, назва бренду (фірми, організації), товару або послуги, фірмовий стиль, слоган, заклик до дії, контакти тощо) в форматі \*jpeg, \*png.

*Критерії оцінювання:*ідея рекламного повідомлення; якість графічного подання рекламного повідомлення; грамотність рекламного дизайну залежно від виду рекламної продукції (ієрархія інформації, колірне рішення, правильно підібрані шрифти, наявність ключового контакту тощо); уміння подати (презентувати) свою роботу; оригінальність і новизна.

***Рекомендації до складання рекламних повідомлень:***

1. Повідомлення має бути коротким. Не намагайтеся в одному повідомленні сказати все по продукту або підприємству. Надлишок інформації в рекламному повідомленні гірше, ніж її недолік.

2. Повідомлення має бути цікавим. Виділіть те, що може бути особливо цікаво споживачу (пряма вигода – низькі ціни, система знижок; вигода продукту – високі технічні характеристики; система ваших гарантій – умови гарантійного та сервісного обслуговування, інноваційність).

3. Повідомлення має бути достовірним. Всі відомості, зазначені в рекламі, повинні бути правдивими. Уникайте брехні: вона рано чи пізно відкриється.

4. Повідомлення має бути зрозумілим. Говоріть зі споживачем його мовою.

5. Повідомлення має бути динамічним. У текстових повідомленнях вибирайте енергійні слова. Наприклад, гасла: «приїжджайте», «дивіться», «купуйте», «дзвоніть сьогодні, зараз», «краще, ніж ви могли б побачити це», «виберіть час для відвідування…»

6. Повідомлення повинно виділятися серед інших повідомлень. Оригінальність – це те, що завжди впадає в око.

***Художнє оформлення реклами***

*Художнє оформлення рекламних звернень* передбачає використання кольорових зображень та ілюстрацій як основного компонента привернення уваги і викладення рекламної ідеї. Між об'єктом реклами та художнім оформленням повинен існувати логічний зв'язок, зрозумілий простому читачеві. Зображальний матеріал має бути цікавий і дохідливий широкому загалу, а факти — точні та достовірні.

Ілюстрації використовуються для збільшення психологічного ефекту рекламного звернення. Ілюстрування передбачає також рішення стосовно того, які "розпізнавальні знаки" включати в рекламне звернення, їх три:

* + назва підприємства (компанії, організації, установи)
  + назва торгової марки
  + торгові знаки

При розробці рекламних звернень враховуються основи психології кольорових асоціацій людини.

Намагаючись створити оригінальне рекламне оголошення, рекламісти використовують різні графічні прийоми, щоб привернути увагу потенційних клієнтів. Вони можуть виділяти частини тексту різними шрифтами, які відрізняються жирністю.

Нерідко в рекламних оголошеннях  виділяються цифрові параметри, які повідомляють про нові можливості або про нову додаткову функцію.

**ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ № 2**

**Розробка PR-компанії (стратегії) підприємства (організації), яку розглядали в індивідуальному завданні №1**

Слід розробити довгостроковий план з управління репутацією (створити) підприємства (організації, установи).

Об'єктом длярекламного звернення має бути те ж підприємство або організація Житомирської області (державні чи приватні), їх продукція або послуги, особистість розглянуті в з Індивідуальному завданні № 1.

Робота може бути виконана як індивідуально, так і в команді до 4 осіб, заборонена ненормативна лексика.

Структура завдання:

1. Загальний опис об’єкта дослідження і сформованого бренду.
2. Цілі кампанії (підприємства, організації чи установи).
3. Цільова аудиторія
4. Переконливе послання (меседж, слоган).
5. Стратегічне планування
6. Основні види контенту
7. Очікуваний результат