

Конкурс исследовательских и  
проектных работ школьников  
«Высший пилотаж»

---

Методичка  
по направлению «Реклама и связи с  
общественностью»

Куратор направления на  
образовательной сессии:  
Тормашева Софья

«Реклама»



Творческий  
проект

«Связи с  
общественностью»



Коммуникационный  
проект

Профиль «Реклама»

---

Творческий проект

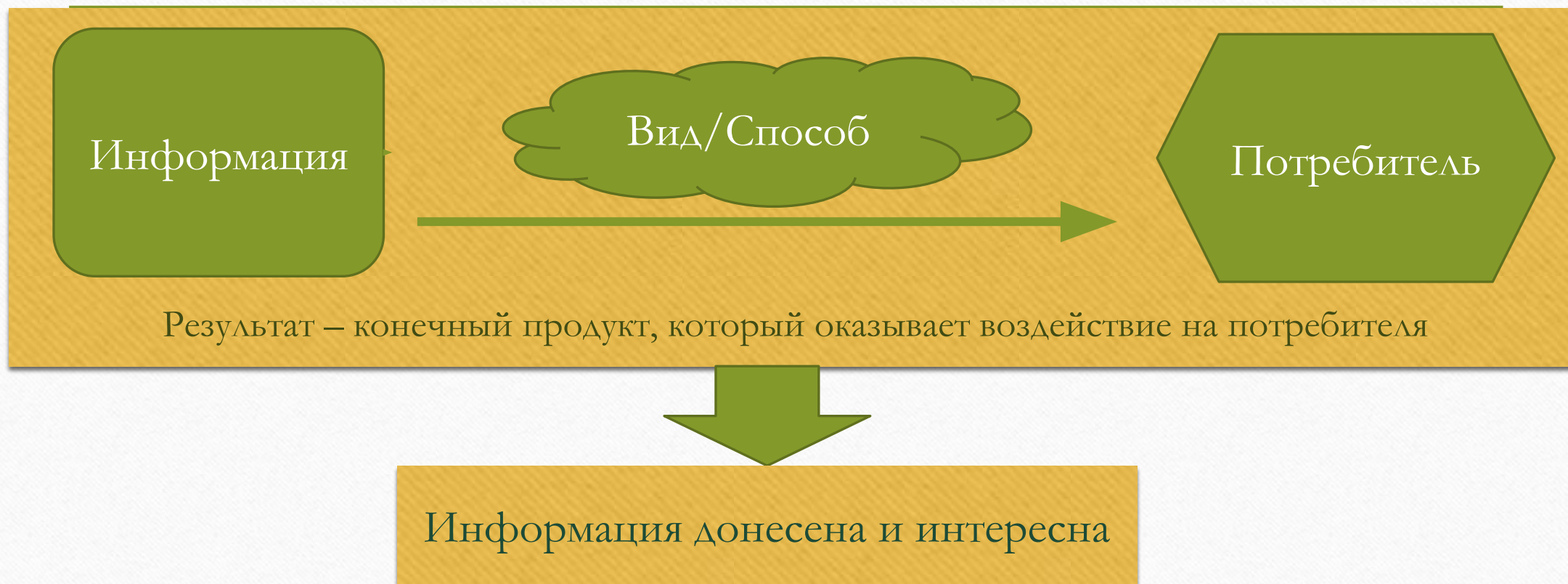
# Реклама

---

- «Реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке».

Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015, с изм. от 03.07.2016) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015)

# Реклама



# Творческий проект

---

Творческий проект - проектная разработка, включающая в себя:

- описание проекта (аннотация)
- творческая работа по теме: *"История/культура моего города/региона"*.

Информация

Вид/Способ

# Творческий проект

---

На Конкурс представляются творческие работы:

- разработка видеорекламы,
- печатной рекламы (плакат, буклет, календарь, POS-материалы, рекламная фотография),
- радиорекламы,
- VTL-реклама.

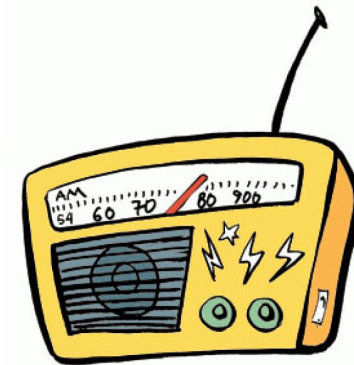
*В случае невозможности предоставить готовый продукт (видеоролик, радиоролик, печатная реклама и т.д.) участник может представить макеты, сценарий и другие материалы, отражающие основную идею проекта на заочный этап.*

# Творческий проект

1



2





# Требования к оформлению

---

Описание проекта (аннотация) файл Microsoft Word:

- объем не более 10 страниц формата А4;
- шрифт Times New Roman;
- кегль 14 (размер шрифта);
- интервал 1,5;
- поля стандартные: левое – 3см, правое 1,5 см, верхнее и нижнее по 2 см.

# Требования к оформлению

---

Аннотация включает в себя следующие обязательные компоненты:

1. Титульный лист с указанием названия проекта
2. Основная часть, включающая обязательные компоненты:
  - обоснование актуальности проекта (не более 15 предложений)
  - формулировка цели проекта
  - определение задач проекта
  - описание стратегии и механизмов реализации проекта/основные этапы реализации
  - описание ожидаемых результатов и социального эффекта от реализации проекта
3. Приложение (при необходимости)

## Технические требования к творческой работе

---

- Для видео: творческая работа предоставляется отдельным файлом в форматах avi\mpeg\wmv\mov, разрешение 768x576, 384x288, 25 кадров в секунду (25 fps), длительность видеоработы до 3 мин.
- Для печатной рекламы: творческая работа присылается отдельным файлом в формате JPG\PDF размером не менее 1000px1000px; не допускается использование векторных форматов и не растеризованных шрифтов. Для POS-материалов работа в электронном виде представляющая иллюстрацию или описание pos-материалов, сделанная в виде презентации в формате PowerPoint.

## Технические требования к творческой работе

---

- Для радио: творческая работа предоставляется в формате MP3, (битрейт не менее 192 Кбит/с) и сопровождается сценарием ролика на русском языке в отдельном файле в формате Microsoft Word.
- Для ВТЛ: творческая работа предоставляется в формате презентации Powerpoint, PDF с фотографиями с места событий, иллюстрирующих основную идею и воплощение, а также других материалов или используемых рекламных форматов.

# Критерии оценивания работ

---

- Новизна идеи проекта
- Обоснованность цели и задач
- Убедительность отражения идеи в предложенной стратегии
- Оригинальность
- Уровень художественного воплощения
- Точность и органичность аудио-визуального ряда (для видео и радио)
- Социальная и практическая значимость творческого «продукта»

# Примеры

---

<http://www.advertology.ru/index.php?name=Media&op=AwardWork&id=21>

4

- Победители. VI Международный Фестиваль Маркетинга и Рекламы "Белый Квадрат", 2014.
- Представлены разные форматы рекламы.

# Примеры

---

<http://limefestival.ru/#rec5090228>

- **Проф.** Коммерческая реклама «Летаем с РЖД». Койлыбаева Мария , Бакун Екатерина
- Коммерческая реклама «ДАВАЙ ПОИГРАЕМ». Ворошев Георгий
- **Проф.** Печатная реклама «Талантливые дети ждут». Делкова Анастасия
- Печатная реклама «СОН СОКРАЩАЕТ ЖИЗНЬ, ЧТОБЫ ПРОДЛИТЬ ЕЁ», Новоселов Юрий, Думчев Виктор

# Полезный материал

---

- Для видео: <http://www.3dnews.ru/912319>
- Для печатной рекламы: Photoshop, GIMP,  
<http://www.fotokomok.ru/besplatnye-fotoredaktory-obzor/>
- Для радио: <http://soft.mydiv.net/win/cname47/cname48/cname51/>
- Для ВТЛ: все вышеперечисленные



Профиль «Связи с общественностью»

---

Коммуникационный проект

# Связи с общественностью (public relations)

---

- PR — это продуманные, спланированные и постоянные усилия, имеющие цель установить и поддерживать взаимопонимание между организацией и ее общественностью.

<http://www.grandars.ru/student/marketing/pr.html>

# Связи с общественностью



Информация донесена и интересна

# Коммуникационный проект

---

- Коммуникационный проект - проектная работа, включающая в себя разработку программы комплексных мероприятий по решению конкретной коммуникационной задачи: *«Вовлечение школьников в волонтерскую деятельность»*.

# Требования к работе

---

Программа должна включать в себя:

1. Описание текущей ситуации (не более 15 предложений)
2. Формулировка проблемы
3. Цель проекта
4. Задачи проекта
5. Описание целевой аудитории
6. Концепция проекта
7. Стратегия и механизмы реализации проекта
8. Каналы коммуникации

# Требования к оформлению

---

Проект - файл Microsoft Word:

- объем не более 15 страниц формата А4;
- шрифт Times New Roman;
- кегль 14 (размер шрифта);
- интервал 1,5;
- поля стандартные: левое – 3см, правое 1,5 см, верхнее и нижнее по 2 см.

*Проектная работа может включать в себя приложения, представленные в виде презентации в формате PowerPoint, которые отражают этапы работы над проектом, а также различные материалы, демонстрирующие результаты (например, фотографий с места событий) в случае его реализации.*

# Критерии оценивания работ

---

- Соответствие проблемы текущей ситуации
- Обоснованность цели и задач проекта
- Убедительность отражения идеи в предложенной стратегии
- Обоснованность выбора целевой аудитории
- Адекватность выбранных для решения задачи каналов коммуникации
- Степень разработанности и художественный уровень предложенных мероприятий
- Социальная и практическая значимость коммуникационного проекта

# Примеры

---

<http://limefestival.ru/#rec5090228>

- **Проф.** Социальная рекламная кампания «ПРОЧТЕНИЕ». Абдрашитова Алина
- **Проф.** Социальный проект «#Донор жизни». Сивак Марина, Полякова Наталья, Мирошникова Анастасия
- Открытый культурно-просветительский проект «Школа наследия». Заклецкая Олеся, Геньшина Елена, Клокова Анастасия



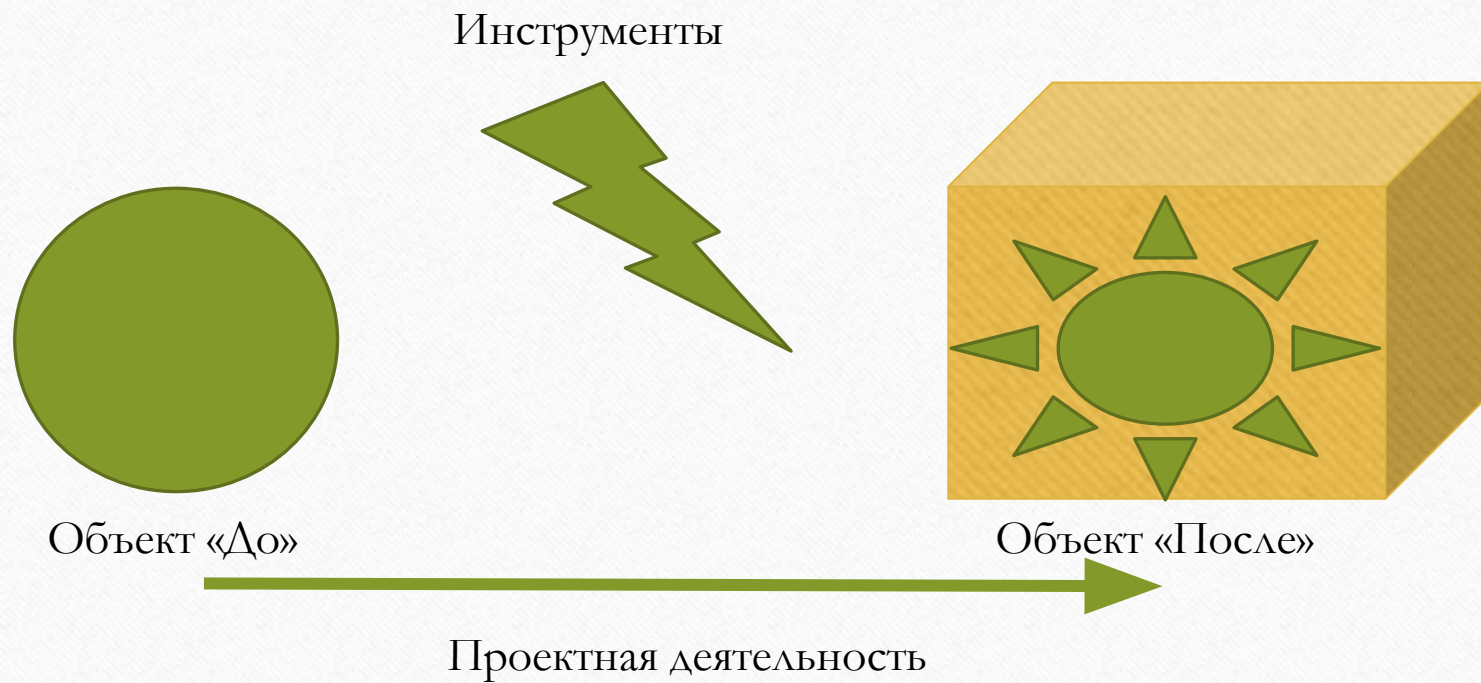
# Проектная деятельность

---

Пошаговый алгоритм организации проектирования

# Проектная деятельность

---



1. Выбрать и проанализировать объект «До»



2. Создать образ объекта «После»



3. Составить план деятельности по превращению объекта «До» в объект «После»



4. Выявить инструменты деятельности



5. Реализация проекта





# 1. Выбрать и проанализировать объект «До»

---

- Вы выбираете объект, который потребует изменения в ходе проекта.
  - Чтобы выявить проблематику проекта, необходимо проанализировать объект. По-простому: «Что не так с существующим объектом?»
  - На данном этапе происходит формулировка проблематики и актуальности проекта.
- В проекте «ПРОЧТЕНИЕ» – интерес к чтению; низкий интерес, мало людей читает.
  - Социальный проект «#Донор жизни» - донорство после смерти; люди не знают даже о такой возможности, маленький процент людей не согласен из-за неосведомленности.



## 2. Создать образ объекта «После»

---

- После формулировки проблематики проекта, вы пытаетесь создать образ объекта в будущем: «Какой должен быть объект?».
  - Образ должен быть очень точный, желательно, прописать все его характеристики, составить детальное описание.
  - На этом этапе происходит формулировка цели и задач проекта.
- В проекте «ПРОЧТЕНИЕ» – высокий интерес к чтению, большое количество людей читает (повышение процента), доступность чтения.
  - Социальный проект «#Донор жизни» - повышение осведомленности, повышение процента людей, согласных на данную процедуру.



### 3. Составить план деятельности по превращению объекта «До» в объект «После»

---

- А что собственно нужно сделать, чтобы объект «До» превратился в объект «После»?
- План также должен быть очень детальный. Стоит представить, что вы его описываете для человека, который не знаком с проектной деятельностью и с вашей тематикой. Хорошо, если ваш план будет содержать числовые и временные характеристики.
  - ❑ В проекте «ПРОЧТЕНИЕ» – продвижение проекта в соц.сетях, создание сувенирной продукции, сбор средств в фонд.
  - ❑ Социальный проект «#Донор жизни» - фирменный стиль, продвижение проекта в соц. сетях, организация лекций, кинопоказов.



## 4. Выявить инструменты деятельности

---

- С помощью чего (как) сделать мой план действительностью?
  - На данном этапе вы описываете, что вам понадобится использовать для реализации вашего плана. Люди, методы, материал, оборудование, инвентарь?
  - Для реализации пункта 1 моего плана я буду использовать/мне понадобится...
- В проекте «ПРОЧТЕНИЕ» – соц. сети, группа инициативных людей, графические редакторы, печать на ткани и т.д.
  - Социальный проект «#Донор жизни» - соц. сети, группа инициативных людей, графические редакторы, место для проведения лекций, кинопоказов и т.д.



## 5. Реализация проекта

---

- Собственно сам процесс воплощения вашего плана в жизнь!
  - Применение всех инструментов с учетом плана для достижения цели проекта и получение результата (конечного продукта).
- 
- В проекте «ПРОЧТЕНИЕ» – реализовано кол-во товаров, собрано средств, куплено книг.
  - Социальный проект «#Донор жизни» - проведена лекция, проведен кинопоказ, собрано количество участников в группе и т.д.