

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«**НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ** имени А.Д. Крячкова»  
(НГУАДИ)

РПД одобрена  
Ученым советом НГУАДИ

протокол № 60 от 27.01.2025

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор НГУАДИ  
\_\_\_\_\_ Н.В. Багрова

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 202\_ г.

## Теория и практика видеорекламы

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Гуманитарных и социально-экономических дисциплин**

Учебный план 42.03.01\_2023\_РиО\_3.plx  
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Профиль креативный продукт в сфере культуры и искусства

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108  
в том числе:  
аудиторные занятия 30  
самостоятельная работа 78

Виды контроля в семестрах:  
зачеты с оценкой 3

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	уп	рп		
Неделя	15 5/6		уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	14	14	14	14
Итого ауд.	30	30	30	30
Контактная работа	30	30	30	30
Сам. работа	78	78	78	78
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

*Преподаватель кафедры ГИСЭД, Гамалей Т.Ю.*

Рецензент(ы):

*Доктор культурологии, Профессор кафедры ГИСЭД, Паришуква Г.Б.*

Рабочая программа дисциплины

**Теория и практика видеорекламы**

разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.01.2025 протокол № 60.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Гуманитарных и социально-экономических дисциплин**

Протокол от 24.01.2025 г. № 6

Срок действия программы: 2023-2027 уч.г.

Зав. кафедрой А.В. Дьячков

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1.1	Обучение теоретическим и практическим аспектам создания эффективной видеорекламы и стратегия планирования и продвижение рекламного видеоконтента.
-----	---

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:		Б1.О
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Основы теории коммуникации	
2.1.2	Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика	
2.1.3	Введение в коммуникационные специальности	
2.1.4	Визуальные коммуникации	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Основы теории и методологии дизайна	
2.2.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.3	Производственная практика. Профессионально-творческая практика	
2.2.4	Современные инсталляции и реклама	

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем**

**Знать:**

Уровень 1 Основы видеорекламы. Различные типы видеорекламы. Историю эволюции видеорекламы

**Уметь:**

Уровень 1 Разрабатывать концепцию для видеорекламы. Ставить цели и задачи рекламной кампании. Планировать стратегию рекламной кампании.

**Владеть:**

Уровень 1 Навыками создания видеоконтента. Приемами видеосъемки и монтажа.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	ОПК-1.1.3 Теоретические особенности подготовки рекламных сообщений и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем.
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	ОПК-1.2.3 Разрабатывать структуру рекламного сообщения в соответствии с целями и задачами рекламной коммуникации.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	ОПК-1.3.3 Навыками анализа и создания рекламных сообщений различных видов и форматов.

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	<b>Раздел 1. Основы видеорекламы</b>					
1.1	Основы видеорекламы, история и эволюция. Роль видеорекламы в современном маркетинге. Современные тренды видеорекламы. /Лек/	3	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
1.2	Типы видеорекламы. Вирусная реклама и ее особенности. Психология восприятия рекламного видеоконтента. Сила креатива. /Лек/	3	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
1.3	Подготовка к практическому занятию /Ср/	3	10	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	

1.4	Написать 2 сюжета - для рекламного видеоролика и для вирусной видеорекламы на конкретную тему с учетом психологии их восприятия. /Пр/	3	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
1.5	Разработка концепции для раздела видео в рекламной кампании. Определение целевой аудитории. Стратегии и бюджетирование. /Лек/	3	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
1.6	Подготовка к практическому занятию /Ср/	3	10	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
1.7	Разработать концепцию видеороликов для рекламной кампании. Определить целевую аудиторию. /Пр/	3	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
1.8	Разработка серии видеороликов с названиями для рекламной кампании. Визуальный стиль видеоконтента. /Лек/	3	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
1.9	Подготовка к практическому занятию /Ср/	3	10	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
1.10	Разработать визуальный стиль для разных жанров видеоконтента. /Пр/	3	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
	<b>Раздел 2. Создание видеоконтента</b>					
2.1	Правила контент-плана. Жанры и структура видеоролика. Базовые правила сценария, раскадровка. /Лек/	3	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
2.2	Подготовка к практическому занятию /Ср/	3	6	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
2.3	Разработать сценарий видеоролика с использованием трехактной структуры, определить локации и сделать раскадровку. /Пр/	3	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
2.4	Правила видеосъемки и построения кадра. Съемка видеоролика с учетом плановости. Съемка интервью в рамках тематики рекламной кампании. /Лек/	3	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
2.5	Подготовка к практическому занятию /Ср/	3	6	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
2.6	Сделать 2 варианта раскадровки видеоролика с использованием последовательного и параллельного монтажа. /Пр/	3	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
2.7	Правила и приемы монтажа. Музыка и звук, их влияние на восприятие видеорекламы. /Лек/	3	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
2.8	Подготовка к практическому занятию /Ср/	3	6	ОПК-1	Л1.1Л2.2 Э1	
2.9	Съемка материалов для видеоролика. Лайф и интервью. /Пр/	3	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Э1	
2.10	Продвижение и оптимизация видеорекламы. Особенности распространения на разных платформах. /Лек/	3	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
2.11	Определить каналы распространения видеорекламы, подбор ключевых слов для тематических видеороликов. /Пр/	3	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
2.12	Подготовка к зачету с оценкой /Ср/	3	22	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	
2.13	По всем темам и разделам дисциплины /Зачёт/Соц/	3	8	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

### 5.1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля

### успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Компетенция не сформирована (неудовлетворительно, 0-30 баллов): У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.

Пороговый уровень (удовлетворительно, 31-50 баллов): Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень даёт общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач.

Базовый уровень (хорошо, 51-80 баллов): Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам.

Продвинутый уровень (отлично, 81-100 баллов): Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

#### 5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Текущий контроль успеваемости - Письменная контрольная работа

Задание для письменной контрольной работы: написать сценарий для имиджевого рекламного видеоролика для выбранной компании.

Содержание работы:

1. описание товара или услуги, для продвижения которых предназначен ролик;
2. описание целевой аудитории ролика;
3. описание героев ролика;
4. описание локации съемок;
5. описание сюжета видео;

Общие требования к оформлению текста:

- Межстрочный интервал 1,5.
- Шрифт – Times New Roman или Arial, размер основного текста – 14 pt, заголовков – 16 pt, для сносок и примечаний – 10 pt.
- Поля: верхнее, левое и нижнее – по 20 мм, правое – 10 мм.
- Текст должен быть выровнен по ширине.
- Абзацный отступ задается специальной настройкой (отступ первой строки).
- Используется автоматическая расстановка переносов.
- Слова разделяются одним пробелом.
- Каждая страница нумеруется, номер ставится внизу страницы по центру или снаружи.
- Таблицы создаются средствами текстового редактора, а не вручную.
- Списки оформляются с помощью средств текстового редактора (маркированные или нумерованные списки).

Текущий контроль успеваемости - Практическая работа.

Практическая работа представляет собой съемку и монтаж видеоролика для одной из предложенных компаний в области культуры и образования. Студенты выполняют съемки и монтаж самостоятельно, консультируясь с преподавателем. Результатом работы является файл mp4.

Требования к видеоролику:

- Вертикальный или горизонтальный формат 16:9 или 9:16.
- Хронометраж 30 сек. – 1-1,5 мин.
- Название, титры с фамилией авторов, местом и временем создания ролика.
- Видеоряд может сопровождаться музыкальными вставками, субтитрами и закадровым текстом (в зависимости от художественного решения).

Промежуточная аттестация. Зачет с оценкой

Вопросы для зачета с оценкой

1. Какие факторы следует учитывать при планировании видеорекламной кампании?
2. Какие основные шаги необходимо предпринять для создания видеорекламы от идеи до запуска?
3. Как проводить тестирование различных версий видеорекламы, и какие показатели использовать для оценки её эффективности?
4. Какие аспекты следует учитывать при выборе каналов распространения видеорекламы?
5. Какое значение имеет целевая аудитория при разработке видеорекламной кампании?
6. Какие инструменты и методы можно использовать для анализа эффективности видеорекламы?

#### 5.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением

дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГУАДИ имени А.Д. Крячкова.

Зачёт с оценкой

Зачёт с оценкой – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание освоения обучающимся материалов учебной дисциплины на основании результатов обучения в семестре. Зачёт с оценкой проводится в счёт аудиторного времени по зафиксированным в контрольных точках итогам контрольных и самостоятельных работ (пересказов текстов).

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Ильченко С. Н.	Интервью в журналистике: учебное пособие	Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	РОМАТ Евгений Викторович.	Реклама: История. Теория. Практика: Учеб. пособие	М. и др.: Питер, 2003
Л2.2		Индустрия рекламы	, 2007

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине "Теория и практика видеорекламы". Режим доступа:- [ <a href="https://portal.nsuada.ru/course/view.php?id=1682">https://portal.nsuada.ru/course/view.php?id=1682</a> ]		
----	---	--	--

#### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Windows 7 – операционная система, LibreOffice, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64		
---------	---	--	--

#### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>		
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: <a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a>		

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория, оснащённая комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ.		
-----	--	--	--

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Самостоятельная работа является видом учебной деятельности обучающегося, который осуществляется во внеаудиторное время. Целью самостоятельной работы является углубленное усвоение учебного материала, развитие способностей, творческой активности, проявление индивидуального интереса к изучению отдельных тем и вопросов дисциплины. В процессе самостоятельной работы у обучающегося могут возникнуть вопросы, уяснить которые необходимо, используя индивидуальные консультации с преподавателем, указанные в РПД источники литературы и другие материалы.

Образовательные технологии самостоятельной работы включают в себя:

- проработку рекомендуемой литературы по темам программы; доработку конспектов лекций, работу с учебно-методическими материалами по дисциплине;
- подготовку к занятиям семинарского типа – к семинарам, практическим занятиям, практикумам, лабораторным работам, и иным аналогичным занятиям, и (или) групповым консультациям, и (или) индивидуальную работу (в том числе индивидуальные консультации), к каждому занятию обучающийся готовится в соответствии с учебно-тематическим планом;
- предварительное ознакомление с темой занятий лекционного типа (лекцией и иными учебными занятиями, предусматривающими преимущественную передачу учебной информации), в соответствии с учебно-тематическим планом, позволяет лучше усвоить материал будущего занятия, разобраться в проблемных вопросах, активно работать на занятиях;
- проведение обучающимся самоконтроля усвоения тем дисциплины путем решения тестов, задач, заданий и упражнений, ответов на контрольные вопросы, содержащихся в оценочных и методических материалах по дисциплине.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«**НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д. Крячкова**»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации**

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины (практики)

**Теория и практика видеорекламы**

Учебный план: 42.03.01\_2023\_РиО.plx

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях

Составитель: преподаватель кафедры ГИСЭД  
Гамалей Т.Ю.

Рассмотрен и рекомендован  
для использования в учебном процессе  
на заседании кафедры Гуманитарных и  
социально-экономических дисциплин  
Протокол от 24.01.2025 № 6  
Зав. кафедрой ГиСЭД Дьячков А.В.

Новосибирск 2025

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Фонд оценочных средств (ФОС) включает материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Целью текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации (ПА) является контроль освоения запланированных по дисциплине знаний и умений, направленных на формирование у обучающихся компетенций в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Код компетенции	Код и наименование индикаторов компетенций
ОПК-1	ОПК-1.1.3 Теоретические особенности подготовки рекламных сообщений и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем; ОПК-1.2.3 Разрабатывать структуру рекламного сообщения в соответствии с целями и задачами рекламной коммуникации; ОПК-1.3.3 Навыками анализа и создания рекламных сообщений различных видов и форматов.

## 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

### Оценочное средство 1: Письменная контрольная работа (ОПК-1).

**Задание для письменной контрольной работы:** написать сценарий для имиджевого рекламного видеоролика для выбранной компании.

Содержание работы:

1. описание товара или услуги, для продвижения которых предназначен ролик;
2. описание целевой аудитории ролика;
3. описание героев ролика;
4. описание локации съемок;
5. описание сюжета видео;

Требования к оформлению текстового файла:

- Имя файла должно быть информативным и отражать содержание работы.
- Формат файла – Word .doc или .docx

Общие требования к оформлению текста:

- Межстрочный интервал 1,5.
- Шрифт – Times New Roman или Arial, размер основного текста – 14 pt, заголовков – 16 pt, для сносок и примечаний – 10 pt.
- Поля: верхнее, левое и нижнее – по 20 мм, правое – 10 мм.
- Текст должен быть выровнен по ширине.
- Абзацный отступ задается специальной настройкой (отступ первой строки).
- Используется автоматическая расстановка переносов.
- Слова разделяются одним пробелом.
- Каждая страница нумеруется, номер ставится внизу страницы по центру или снаружи.

- Таблицы создаются средствами текстового редактора, а не вручную.
- Списки оформляются с помощью средств текстового редактора (маркированные или нумерованные списки).

### Критерии оценивания письменной практической работы:

Критерии	Балл	Описание
Правильность ответа	20	Соответствие содержания работы заданию
Глубина анализа темы	15	Детальный подход к определению потребностей целевой аудитории, выявление их интересов, предпочтений и проблем.
Структурность и логика изложения	15	Исследование темы в контексте социокультурных, экономических и прочих факторов.
Аргументация	20	Использование научных, статистических и практических данных, ссылки на авторитетные источники.
Критическое осмысление и оригинальность	15	Способность анализировать тему, делать самостоятельные выводы, предлагать новые идеи.
Оформление и грамотность	15	Соответствие академическим требованиям, ясность и доступность изложения, грамотность, корректность цитирования.
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>	

### Оценочное средство 2: Практическая работа (ОПК-1).

Практическая работа представляет собой съемку и монтаж видеоролика для одной из предложенных компаний в области культуры и образования. Студенты выполняют съемки и монтаж самостоятельно, консультируясь с преподавателем. Результатом работы является файл mp4.

Требования к видеоролику:

- Вертикальный или горизонтальный формат 16:9 или 9:16.
- Хронометраж 30 сек. – 1-1,5 мин.
- Название, титры с фамилией авторов, местом и временем создания ролика.
- Видеоряд может сопровождаться музыкальными вставками, субтитрами и закадровым текстом (в зависимости от художественного решения).

### Критерии оценивания практической работы:

Критерии	Балл	Описание
Качество ролика	20	Соответствие содержания работы заданию
Актуальность темы	15	Выбор темы в контексте социальных, культурных и экономических факторов.
Структурность и логика сценария	15	Четкая композиция: введение, основная часть, финалы. Логичная подача материала.
Аргументация и использование источников	20	Использование научных, статистических и практических данных, ссылки на авторитетные источники.

Творчество и оригинальность	15	Способность найти оригинальный ход в раскрытии темы, найти и воплотить новую идею.
Визуальное оформление	15	Соответствие сюжета, содержания и визуального решения ролика.
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>	

### 3. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

**Форма промежуточной аттестации** – зачет с оценкой.

Зачет с оценкой – вид промежуточной аттестации, в результате которого обучающийся получает оценку по четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Основой для определения оценки на зачете с оценкой служит объем и уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

Зачет по дисциплине «Теория и практика видеорекламы» проводится очно в устной форме по вопросам.

#### **Вопросы к зачету по дисциплине «Теория и практика видеорекламы»**

1. Какие факторы следует учитывать при планировании видеорекламной кампании?
2. Какие основные шаги необходимо предпринять для создания видеорекламы от идеи до запуска?
3. Как проводить тестирование различных версий видеорекламы, и какие показатели использовать для оценки её эффективности?
4. Какие аспекты следует учитывать при выборе каналов распространения видеорекламы?
5. Какое значение имеет целевая аудитория при разработке видеорекламной кампании?
6. Какие инструменты и методы можно использовать для анализа эффективности видеорекламы?

#### **Критерии оценивания устного ответа:**

- 1) правильность ответа (отсутствие фактических ошибок) (максимальное количество баллов – 25);
- 2) полнота ответа (раскрытие объема используемых понятий) (максимальное количество баллов – 25);
- 3) обоснованность ответа (наличие аргументов) (максимальное количество баллов – 25);
- 4) логика изложения ответа (правильная последовательность изложения материала) (максимальное количество баллов – 25).

#### **Критерии выставления оценки:**

<b>Не сформирована 0-30 баллов</b>	<b>Пороговый уровень 31-50 баллов</b>	<b>Базовый уровень 51-80 баллов (хорошо)</b>	<b>Продвинутый уровень 81-100 баллов</b>
--	---	--	--

<b>(неудовлетворительно)</b>	<b>(удовлетворительно)</b>		<b>(отлично)</b>
<p>Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.</p>	<p>Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач</p>	<p>Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам</p>	<p>Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении</p>