

Областное государственное бюджетное профессиональное  
образовательное учреждение «Рязанский строительный колледж  
имени Героя Советского Союза В.А. Беглова»

**Методическая разработка**  
по дисциплине  
**МДК 05.01 Организация рекламной деятельности**  
**в реализации рекламного заказа**  
Комплект деловых игр

42.02.01 Реклама

2024, Рязань

Одобрена  
методической комиссией  
профессионального учебного  
цикла специальностей 54.02.01,  
42.02.01, профессий 54.01.01,  
54.01.20.

Протокол № \_\_\_\_\_  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024г.

Составлена в соответствии с  
Федеральным государственным  
образовательным стандартом по  
специальности: 42.02.01  
«Реклама»

Председатель МК /Е.И. Сенина/ \_\_\_\_\_

Разработчик:

Сенина Евгения Игоревна, преподаватель ОГБПОУ РСК

## **Аннотация**

Методические рекомендации предназначены для студентов, изучающих дисциплину МДК 05.01 «Организация рекламной деятельности в реализации рекламного заказа». Они включает в себя комплект деловых игр, которые помогут студентам лучше усвоить материал, изучаемый на лекциях. Приведен список использованных источников и литературы. Предназначены для студентов направления 42.02.01 «Реклама».

Комплект деловых игр входят в практическую часть МДК 05.01 «Организация рекламной деятельности в реализации рекламного заказа». Деловые игры являются частью изучаемых тем и рассчитаны на 14 часов.

Темы, в которых используются деловые игры:

Тема 1. Сфера деятельности агента рекламного

Тема 2. Предоставление рекламных услуг

Тема 3. Деятельность по поиску и привлечению клиентов

Тема 4. Рекламная деятельность ВТЛ – агентств

Рекламная деятельность является неотъемлемой частью любого бизнеса, ведь именно благодаря рекламе компания привлекает внимание потенциальных клиентов и продвигает свои товары или услуги на рынке. Организация рекламной деятельности в рамках реализации рекламного заказа – это комплекс мероприятий, направленных на создание и распространение рекламных материалов по заданным требованиям и срокам.

Прежде всего, необходимо тщательно изучить требования и пожелания заказчика, определить цели и целевую аудиторию рекламы. На основе этих данных разрабатывается стратегия рекламной кампании, выбираются каналы распространения рекламы и форматы рекламных материалов.

Последующий этап включает в себя создание рекламных материалов – от дизайна и текстов до видеороликов и аудио-рекламы. При этом важно учесть особенности каждого канала коммуникации, на который будет размещена реклама, чтобы максимально эффективно донести информацию до целевой аудитории.

Кроме того, необходимо организовать контроль за выполнением всех этапов работы, а также оценить результаты проведенной рекламной кампании и отчетно представить их заказчику.

Важно помнить, что успешная реализация рекламного заказа требует профессионального подхода, творческого мышления и внимания к деталям. Правильно организованная рекламная деятельность поможет компании привлечь новых клиентов, укрепить свою позицию на рынке и повысить узнаваемость своего бренда.

## **Тема 1. Деловая игра "Агент рекламный"**

Цель игры:

Ознакомить студентов с основами работы рекламного агентства

Развить навыки планирования рекламных кампаний

Повысить коммуникативные и творческие способности студентов

Ход игры:

Введение (5 мин)

Определение рекламы и рекламного агентства, их роли в продвижении продуктов и услуг.

Объяснение правил игры (10 мин)

Разделение студентов на группы

Выбор и представление вымышленного продукта/услуги, для которого необходимо создать рекламную кампанию

Объяснение задачи и брифа для каждой группы

Планирование рекламной кампании (25 мин)

Группы работают над планированием рекламной кампании: определение целевой аудитории, создание ключевых сообщений, выбор каналов продвижения и т.д.

Подготовка презентаций (20 мин)

Каждая группа готовит презентацию своей рекламной кампании, включая визуальные материалы и примеры рекламных сообщений.

Представление и оценка кампаний (20 мин)

Каждая группа представляет свою рекламную кампанию перед остальными участниками и жюри

Оценка кампаний и выбор победителя

Заключение (10 мин)

Обсуждение того, что каждая группа могла бы улучшить в своей кампании

Подведение итогов и выводы об уроке

Дополнительно: можно предложить студентам дополнительные задания, например, написание отчета о проделанной работе или обсуждение актуальных проблем в сфере рекламы и маркетинга.

Этот урок поможет студентам применить теоретические знания в практической ситуации, развить командные и творческие навыки, а также получить опыт работы в области рекламы и маркетинга.

## **Тема 2. "Деловая игра в рекламном агентстве"**

Цель игры: познакомить учащихся с работой рекламного агентства, развить навыки командной работы и презентации.

Ход игры:

Введение (5мин)

Приветствие учеников и объявление темы урока: "Деловая игра в рекламном агентстве".

Объяснение правил игры (10 мин)

Объяснение основных принципов работы рекламного агентства: разработка рекламных кампаний, продвижение товаров и услуг, коммуникация с клиентами.

Рассмотрение ключевых ролей в рекламном агентстве: директор, менеджер проекта, креативный директор, копирайтер, дизайнер и т.д.

Практическая часть (25 мин)

Разделение учеников на группы по 4-5 человек.

Каждая группа получает задание разработать рекламную кампанию для вымышленного продукта или услуги.

Группы должны изучить целевую аудиторию, разработать концепцию кампании, подготовить презентацию.

Презентация (20 мин)

Каждая группа представляет свою рекламную кампанию перед остальными учениками.

Представление и оценка компании (20 мин)

После каждой презентации проводится обсуждение и оценка работы группы.

Заключение (10 мин)

Подведение итогов урока, выделение лучших работ.

Обсуждение полученного опыта и уроков, которые можно применить в реальной жизни.

Поблагодарить учеников за активное участие в уроке.

### Тема 3. Деловая игра «Путешествие»

Цели игры: формирование навыка принятия решения.

Ход игры:

Введение (5 мин)

Приветствие. Обсуждение темы урока.

Объяснение правил игры (10 мин)

Роли:

1. семья из четырех человек
2. представители транспортных компаний (железнодорожной, паровой, прокат автомобилей и авиалиний)

Сюжет игры: семья из четырех человек хочет путешествовать по стране, но они еще не решили, будут ли они путешествовать на самолете, на пароходе, арендуют машину, или поедут на поезде. Остальные студенты представляют 4 фирмы – авиалинии, железнодорожные линии, паровая компания, компания проката автомобилей. Семья обращается в разные агентства, выслушивает их предложения и выбирает лучший для себя вариант.

Практическая часть (25 мин)

Семья готовится к посещению агентств, продумывают свои вопросы и приоритеты.

Представители агентств продумывают, что они могут предложить и почему их предложение самое выгодное.

Представление и оценка (40 мин)

Посещение агентств.

Выбор способа путешествия.

Обсуждение результатов игры – удалось ли убедить туристов, что данный способ путешествия является оптимальным.

Заключение (10 мин)

Подведение итогов преподавателем – насколько группа усвоила пройденный материал, обсуждение типичных ошибок.

## Тема 4. Деловая игра "Рекламный конкурс"

Цель игры:

развитие навыков оценки рекламных материалов;  
развитие навыков коммуникации и презентации;  
развитие креативного мышления.

Ход игры:

Введение (5 минут)

Приветствие учащихся и объявление темы урока: "Рекламный конкурс".

Объяснение целей урока и задач, которые ученики будут выполнять.

Студентам предлагается создать свою рекламную кампанию для определенного продукта или услуги. Каждая группа представляет свою идею перед жюри, которое выбирает победителя на основе оригинальности и эффективности рекламы.

Теоретическое введение (10 минут)

Объяснение основных элементов рекламы (целевая аудитория, цель, идея, креативный подход).

Примеры хороших и плохих рекламных материалов и их анализ.

Работа в группах (30 минут)

Разделение учеников на группы и задание им задачи разработать свою рекламу для конкретного товара или услуги.

Каждая группа должна определить целевую аудиторию, цель рекламы, создать идею и презентацию своего проекта.

Презентация проектов (30 минут)

Каждая группа представляет свой рекламный проект остальным ученикам.

После презентации ученики могут задавать вопросы и делать замечания.

Обсуждение и подведение итогов (10 минут)

Обсуждение всех проектов и их качества с учетом заданных критериев.

Определение лучшего рекламного проекта и объявление победителя.

Заключение (5 минут)

Подведение итогов урока, благодарности за работу и участие.

Назначение домашнего задания на следующий урок (анализ рекламных материалов).

Материалы для урока: бумага, маркеры, презентационные материалы.

Домашнее задание: анализ рекламных материалов на выбранный товар или услугу и выделение их сильных и слабых сторон.

## **Тема 5. Деловая игра "Брейнштурминг сессия"**

Цель игры:

Научиться работать в команде, принимать решения в условиях ограниченного времени и ресурсов.

Студентам даются задачи на создание рекламных концепций для различных брендов или продуктов. Задача участников - придумать как можно больше оригинальных и креативных идей за ограниченное время.

Введение (5 мин)

Объяснение студентам, что такое брейнштурминг и какие преимущества он может принести в процессе решения проблем и генерации идей.

Правила брейнштурминга: объяснение основных правил проведения сессии брейнштурминга, таких как прием всех идей без критики, стимулирование воображения и т.д.

Определение цели: определение конкретной цели брейнштурминга, например, создание нового продукта или разработка рекламной кампании.

Объяснение правил игры (10 мин)

Ведущий объясняет участникам, что сегодняшняя игра будет посвящена брейнштурмингу - методу коллективного обсуждения и генерации новых идей.

Практическая часть (25)

Участники делятся на команды по 4-6 человек в каждой. Каждая команда получает листы бумаги и маркеры для записи идей.

Ведущий объявляет тему брейнштурминга (например, новый продукт или услуга, решение проблемы в компании и т. д.) и дает командам 20-25 минут на то, чтобы сгенерировать как можно больше идей по этой теме.

Представление и оценка (40 мин)

После завершения времени на генерацию идей, каждая команда представляет свои идеи перед остальными участниками. Ведущий записывает все идеи на доске или листе бумаги.

После представления идей начинается обсуждение и анализ каждой из них. Участники могут задавать вопросы, делать замечания и предлагать свои варианты улучшения идей.

В конце игры каждая команда выбирает одну или несколько идей, которые они хотели бы дальше развивать или воплощать в жизнь.

Заключение (10 мин)

Ведущий подводит итоги игры, выделяет лучшие идеи и обсужденные пути дальнейшего действия.

После завершения игры участники могут обсудить идеи и планы на будущее в неформальной обстановке, чтобы укрепить командный дух и принять общее решение о дальнейших шагах.



## **Тема 6. Деловая игра «Ролевая игра по созданию рекламы»**

Цель игры: обучение учащихся созданию рекламы через ролевую игру

Ход игры:

Введение (5 мин) Приветствие учащихся. Объяснение цели урока и какую пользу они получают от участия в нем.

Студентам даются определенные роли (креативный директор, копирайтер, медиа-планировщик и т. д.) и им предлагается создать и провести рекламную кампанию виртуальной компании. Задача каждого участника - принять свою роль и внести максимальный вклад в успешное выполнение задания.

Объяснение основных понятий (10 мин)

Объяснение основных понятий рекламы: Целевая аудитория, Уникальное предложение, Креативный подход и т.д. Обсуждение и демонстрация примеров.

Разделение на группы (5 мин)

Учащиеся делятся на группы по 3-4 человека.

Объяснение задачи (10 мин)

Каждая группа должна создать свою рекламу (лозунг, изображение, текст) для выдуманного продукта.

Подготовка и ролевая игра (40 мин)

Группы имеют 30 минут на подготовку своей рекламы. Затем каждая группа представляет свою рекламу.

Обсуждение и обратная связь (15 мин)

После презентаций учащиеся обсуждают и оценивают рекламы других групп. Дается обратная связь и предложения по улучшению.

Заключение (5 мин) Подведение итогов урока, выделение сильных сторон и областей для улучшения. Поблагодарить учащихся за активное участие.

Домашнее задание: Написать рассказ об уроке и выделить самые важные моменты, которые ученик усвоил.

Рекомендации: Важно стимулировать творческий подход учащихся и поощрять коллективную работу в группах. Рекомендуется поддерживать позитивную атмосферу на уроке и поощрять инициативность.

## Тема 7. Деловая игра "Кейс-игра по анализу рекламы"

Цель игры: научить учащихся анализировать рекламу и определять ее целевую аудиторию, эффективность и цели.

Ход игры:

Введение (5-10 мин)

Приветствие учащихся и объяснение цели урока

Объяснение того, что такое кейс-игра и как она будет проводиться на уроке.

Студентам предоставляются кейсы из реальной практики с различными рекламными кампаниями, и их задача - анализировать их, выявить сильные и слабые стороны, предложить улучшения и выводы для будущих проектов.

Объяснение основных понятий (10-15 мин)

Объяснение основных понятий, связанных с анализом рекламы: целевая аудитория, эффективность, цели рекламы

Примеры рекламных кампаний и их анализ

Подготовка кейс-игры (15-20 мин)

Подготовка кейсов для игры: выбор нескольких рекламных роликов или печатных рекламных материалов для анализа

Распределение учащихся на группы

Проведение кейс-игры (30-40 мин)

Каждой группе предоставляется один кейс для анализа

Учащиеся должны определить целевую аудиторию этой рекламы, ее эффективность и цели

Проведение обсуждения результатов анализа в классе

Заключение (5-10 минут)

Подведение итогов урока и обсуждение ключевых моментов анализа рекламы

Оценка учащихся за участие в кейс-игре

Подводя итог, урок кейс-игры по анализу рекламы поможет учащимся развить навыки анализа и критического мышления, а также лучше понять принципы и цели рекламных кампаний.

## **Тема 8. Деловая игра "Рекламный тренинг"**

Цель игры:

Студенты учатся создавать и проводить презентации своих рекламных идей, работать в команде, принимать решения в условиях ограниченного времени и ресурсов.

Введение (5 минут)

Приветствие учеников и объяснение цели урока: научиться создавать эффективные рекламные кампании и работать в команде.

Основные понятия (10 минут)

Объяснение основ рекламы: Целевая аудитория, уникальное предложение, креативный подход.

Примеры успешных рекламных кампаний.

Разделение на команды (5 минут)

Распределение учеников на команды по 4-5 человек.

Задание (30 минут)

Каждая команда должна разработать и представить рекламную кампанию для вымышленного продукта.

Кампания должна включать в себя название продукта, лозунг, изображение идеального потребителя, идею креатива и каналы распространения.

Подготовка презентаций (20 минут)

Команды должны подготовить презентации своих рекламных кампаний.

Презентация и обсуждение (20 минут)

Каждая команда представляет свою кампанию перед аудиторией.

После каждой презентации проводится обсуждение.

Итоги и домашнее задание (5 минут)

Подведение итогов и награждение лучшей команды.

Заключение (5 минут)

Поблагодарить учащихся за участие и активность.

## Список литературы

1. Зверева Н. Ю. Организация рекламной деятельности: учебник для вузов. – М.: Юрайт, 2022. – 552 с.
2. Купер Р. Реклама на русский манер. – М.: Алгоритм, 2021.
3. Смирнов Д. М. Современная реклама. Теория и практика: учебник для студентов вузов. – М.: Инфра-М, 2022. – 108 с.
4. Мастерство рекламного дела: сборник статей. – М.: Издательский дом "Питер", 2022. – 544 с.
5. Гайдаров В. Ю. Продвижение товаров и услуг. Реклама: учебник. – М.: Дашков и К, 2020. – 372 с.

## Интернет-ресурсы

1. Обловацкая И.Ф. Учебно-методический комплекс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://textarchive.ru/c-2440776-p10.html> (дата обращения 25.01.2024)
2. Кисиков Т. Основные этапы деловой игры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://pandia.ru/text/80/561/1692.php> (дата обращения 25.01.2024)
3. Дьякова Т.А. Реклама и искусство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [http://jour.vsu.ru/editions/books/AD\\_and\\_art\\_part1.pdf](http://jour.vsu.ru/editions/books/AD_and_art_part1.pdf) (дата обращения 25.01.2024)
4. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://urait.ru/bcode/511937> (дата обращения: 20.03.2024).