

23 октября День работника рекламы

Общая информационная справка

День работника рекламы — профессиональный праздник всех составителей рекламы, рекламодателей, маркетологов и специалистов по связи с общественностью России. Этот неофициальный праздник — день творческих людей, которые вносят неоценимый вклад в развитие торговли и, соответственно, экономики. В России праздник отмечается с 1994 года.

Слово «реклама» произошло от латинского *reclamare* — выкрикивать. История рекламы уходит в древние века. Свитки, воощенные дощечки, надписи на камнях и зданиях — так выглядела реклама на заре своего существования. В Средние века «рекламщиками» были разносчики, выкрикивающие информацию о своем товаре, а также купцы нанимали корабейников и зазывал. Те, в свою очередь, чтобы привлечь покупателей, устраивали театрализованные представления со стихами и музыкой. Толчком для дальнейшего развития рекламы стало книгопечатание и распространение прессы: ярмарочные листки, публикации в газетах объявлений о купле и продаже товаров, расположении магазинов и пр. Во второй половине XIX века появились специальные бюро, которые занимались продвижением товаров, улучшилось техническое оснащение типографий. Вывески и листовки благодаря технологиям гелиографуры и фототипии стали более красочными и качественными. Открытие первого рекламного агентства «Центральная контора объявлений» относят к 1878 году. В отличие от рекламных бюро оно помогало частным лицам и компаниям размещать объявления в прессе. Сотрудники агентства связывались с работниками газет и типографий и договаривались о печати рекламы. Людвигу Метцелю, создателю «Центральной конторы объявлений», приписывают фразу «Реклама — двигатель торговли». Интересно развитие рекламы в дальнейшие годы — от тщательной проработки дизайна упаковки товара и рекламной продукции до первых роликов на телевидении.

Современному человеку трудно представить свою жизнь без рекламы — она практически повсюду. Специалисты данной сферы шагают в ногу со временем, разрабатывают новые концепции и подходы, применяют различные технологии, находят новые решения для трансляции рекламы, выполняя запросы своих рекламодателей.

Базовые национальные ценности, на развитие которых направлено содержание федеральной концепции: патриотизм, гражданственность, служение Отечеству и ответственность за его судьбу, созидательный труд, справедливость, коллективизм, взаимопомощь и взаимоуважение, историческая память и преемственность поколений.

Целевые ориентиры

Гражданское воспитание: студент

– обладает опытом гражданской социально значимой деятельности (в студенческом самоуправлении, волонтерском движении, экологических, военно-патриотических и др. объединениях, акциях, программах).

Патриотическое воспитание: студент

– проявляет деятельное ценностное отношение к историческому и культурному наследию своего и других народов России, традициям, праздникам, памятникам народов, проживающих в России.

Трудовое воспитание: студент

– уважает труд, результаты труда, трудовые и профессиональные достижения своих земляков, их вклад в развитие своего поселения, края, страны, трудовые достижения российского народа;

– ориентирован на осознанный выбор сферы трудовой, профессиональной деятельности в российском обществе с учётом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, общества.

Ценности научного познания: студент

– деятельно выражает познавательные интересы в разных предметных областях с учётом индивидуальных интересов, способностей, достижений.

Предполагаемая целевая аудитория: студенты, осваивающие образовательные программы среднего профессионального образования по направлениям «Реклама», «Реклама и связи с общественностью» и др.

Общие хештеги мероприятия: #Росдетцентр #НавигаторыДетства
#НавигаторыСПО #ДеньРаботниковРекламыНД #НавигаторыДетства22
#НавигаторыСПО22

Срок реализации: до 23 октября

Механика проведения

1. Мероприятия и форматы, самостоятельно разработанные активом студентов и педагогическим коллективом с учётом рабочих программ воспитания на основе традиций СПО.

2. Деловая игра «Креативный штурм»

Советнику директора по воспитанию и взаимодействию с детскими общественными объединениями (далее – Советник) совместно со студентами предлагается провести деловую игру «Креативный штурм». Участники деловой игры делятся на команды и получают техническое задание от вымышленного заказчика. Рекомендуем разработать технические задания в соответствии с потребностями образовательной организации, например, подготовить афишу к концерту и др. Участникам необходимо разработать концепцию рекламной кампании, включая слоган, визуальную составляющую, медиаплан.

Готовый продукт участники могут опубликовать на личных страницах в социальной сети «ВКонтакте» с хештегом #КреативныйШтурмНД.

3. Профориентационное мероприятие «Магия рекламы»

Советнику совместно со студентами предлагается организовать и провести профориентационное мероприятие «Магия рекламы» для обучающихся 8 – 9 классов общеобразовательных организаций. Студентам предлагается рассказать обучающимся о различных аспектах будущей профессии и провести мастер-класс по созданию рекламного материала.

4. Диалог на равных «Рекламный кинозал»

Советнику совместно со студентами предлагается организовать и провести диалог на равных «Рекламный кинозал» с приглашением экспертов в области рекламы. Студентам предлагается задать все интересующие вопросы экспертам в области рекламы и провести анализ успешных рекламных видеороликов, обсудить сильные и слабые стороны.

Подготовка отчетного материала

Подготовка видеоматериала для отчетного ролика:

– видео совместной деятельности студентов и Советников по проведению ряда мероприятий.

Просим предоставить фото и видео с мероприятий. Крупные, средние и общие планы, эмоции студентов, совместную деятельность Советников и студентов, участников форматов.

Требования к видеоматериалу.

технические требования к видео совместной деятельности:

- горизонтальное;
- full hd;
- разрешение мин 1280 на 720.

технические требования к видео интервью:

- горизонтальное;
- статичное full hd;
- разрешение мин 1280 на 720;
- средний план;
- качественный звук (запись на микрофон).

Требования к фотографиям:

– камера фотоаппарата или хорошо снимающего телефона;

– человек, предмет не должны быть обрезанными;

– фото не смазано;

– на фото обязательно присутствует Советник и участники;

– присылайте 2 – 3 качественных снимка с мероприятия (2 горизонтальных, 1 вертикальное): фотографии крупного плана, пару общих, фото в действии.

– на одном фото 3 – 5 участников;

– отвлеките студентов, камеры как будто нет, обстановка естественная, не наигранная.

!Не обязывайте участников, а заинтересуйте, сделайте так, чтобы у них были естественные эмоции.