

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение  
Самарской области  
«Тольяттинский колледж сервисных технологий и предпринимательства»

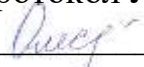
Методическая разработка занятия  
по междисциплинарному курсу  
**МДК 03.01 Современные технологии садово-паркового и ландшафтного  
строительства**  
программы подготовки специалистов среднего звена  
по специальности среднего профессионального образования  
**35.02.12 Садово-парковое и ландшафтное строительство**

Тольятти,  
2020г.

**Рассмотрено**

Председатель ПЦК  
профессий и специальностей технического  
естественно-научного профиля

Протокол № 9 от 27.02.2020г.

 /Сосяк О.В./

**Разработчики:**

ГАПОУ ТКСТП преподаватель О.В. Сосяк

*(место работы) (занимаемая должность) (инициалы, фамилия)*

## Практическое занятие № 13 «Подготовка рекламного проспекта»

Цель работы: сформировать умение разрабатывать рекламный проспект.

### **Задачи:**

- способствовать изучению студентами многообразия способов рекламы ландшафтных услуг;
- способствовать развитию у студентов творческого мышления при проектировании;
- формирование умения разрабатывать рекламный проспект.

Оборудование: Интернет-ресурсы, программа «Наш сад».

### **Задание:**

1. Ознакомьтесь с информацией.
2. **Вы фрилансер в сфере садово-паркового и ландшафтного строительства. Для поиска заказчиков Вам необходимо разработать дизайн рекламного проспекта.**

Готовую работу необходимо отправить на e-mail:  
**O1L2E3S4S5Y6A@YANDEX.RU**

Рекламный проспект — это хорошо иллюстрированное, сброшюрованное или сфальцованное издание, посвященное одному товару или нескольким однородным товарам. Существуют также престижные проспекты, посвященные фирме и рассказывающие об ее истории, достижениях, возможностях, производственной программе, успехах на международных рынках и т.д.

Наиболее распространенный формат рекламного проспекта — А4 или приближающийся к этому. Однако встречаются проспекты и меньшего формата. Тираж проспекта обычно несколько тысяч, реже — десятки тысяч экземпляров. Распространяется на выставках, ярмарках, презентациях, посредством «директ мейл», реже через торговые и сервисные предприятия.

На титульной странице проспекта помещается товарный знак и название фирмы (часто сокращенное). Если товарный знак всемирно известен, то указание названия фирмы не обязательно. На последней странице (реже на титульной странице внизу) указывается полное название фирмы и ее реквизиты: почтовый адрес, телефоны, факсы, телекс, электронная почта. Если фирма имеет филиалы, то их реквизиты также указываются на последней странице.

Рекламный проспект рассказывает о назначении, области применения товара, его достоинствах и характеристиках. Если рекламируемый товар производственного назначения и имеет сложную конструкцию, то в проспекте может описываться принцип действия конструкции и ее наиболее важных узлов. Художественное оформление и полиграфическое исполнение проспекта должны быть высокого качества. Это очень важно для привлечения внимания и положительного отношения потребителей к рекламируемому товару. Проспект иллюстрируется фотографиями, рисунками, схемами, графиками, таблицами. Иллюстративные материалы

помогают уяснить наиболее важные достоинства товара. Текстовый материал излагается настолько полно, чтобы потребитель смог составить ясное и однозначное представление о преимуществах, которые он получит, приобретя рекламируемый товар.

Правила разработки рекламного проспекта:

Правило № 1. Рекомендуются передавать рекламную идею самым оптимальным способом и без лишних слов. Сведения, не относящиеся непосредственно к рекламируемой фирме или товару, снижают эффективность печатной рекламы.

Правило № 2. В рекламном печатном издании художественное оформление и полиграфическое исполнение должны быть исключительно высокого качества. В противном случае эти издания воспринимаются потребителями как макулатурные, а их низкое качество бессознательно ассоциируется с рекламируемым товаром и фирмой-рекламодателем. Плохо изданный проспект могут нанести фирме больший вред, чем полное отсутствие рекламы.

Правило № 3. Каждое достоинство товара желательно демонстрировать в нескольких местах издания, делая это всякий раз по-новому и связывая с потребностями покупателя.

Правило №4. Проспект и буклет должны быть составлены так, чтобы их можно было использовать для наглядной демонстрации возможностей товара.

Правило № 5. Рекламную информацию следует располагать в привычной для читателей последовательности: слева направо и сверху вниз.

Правило № 6. Нельзя печатать большие по объему тексты вывороткой, т.е. белыми буквами по черному фону. При таком приеме объем текста не должен превышать двух небольших абзацев, а кегль (размер типографского шрифта) должен быть не менее 12 пунктов (1 пункт — 0,3759 мм).

Правило № 7. Выпуск печатных рекламных изданий должен немного опережать выход товара на рынок. В этом случае предварительная рекламная кампания, назначение которой — ознакомить потребителей с новым товаром, — будет наиболее эффективной.

Правило № 8. Если создается серия рекламных печатных изданий (листовка, проспект, буклет, плакат), рассказывающих об одном товаре и рассчитанных на целевое воздействие, необходимо придать всем изданиям внешнее сходство и композиционное единство (принцип повторяемости). Это обеспечит эффект накопления у потребителя отдельных рекламных воздействий.

Результат обучения: умение разрабатывать рекламный проспект.

Образец рекламного проспекта  
Сторона 1

**spices and flowers**  
Выращивание семян и рассады

**О нашей деятельности**

На протяжении 15-ти лет мы занимаемся выращиванием семян цветов, наращиванием специй, пряно-ароматических, эфиромасляных и лекарственных культур, а так же - выращиванием рассады.

**Мы предоставляем:**

Рассаду на продажу частным лицам или предпринимателям (оптом), так же вы можете приобрести у нас семена цветов и специй.

Только у нас вы получите качественный товар и гарантию на дозрел.

Мы ценим вас и ваше время.

Найти нас можно по адресу: ул.Ленина 57  
Горячая линия: тел. +79608482265

**Как мы работаем:**

Вы звоните по телефону или оставляете заявку на сайте.

Менеджер договаривается с вами о поставке товара.

Вам привозят договорной товар или же вы сами забираете его у нас.

Вы забираете товар и радуетесь вашему выбору.

В случае не годного товара просим связаться с нами по горячей линии.

Сторона 2.

**spices and flowers**  
Выращивание семян и рассады

**Полезная информация**

Специи и пряности очень полезны для профилактики и лечения многих заболеваний, в том числе и простуды. Согласитесь - это очень актуально.

Все специи и пряности в своем составе содержат много эфирных масел, витаминов, микроэлементов, ферментов, флавоноидов и т.д. Поэтому они оказывают губительное действие на ряд патогенной микрофлоры, согревают, активируют обменные процессы, помогают удалить токсины от жизнедеятельности вирусов и бактерий.

**СПICES AND FLOWERS**

ВЫРАЩИВАНИЕ СЕМЯН И РАССАДЫ

**Контакты**  
тел. +79608482265  
e-mail: nadyusha.kuzneczova.96@mail.ru  
www.spices\_and\_flowers.com