**ПРАКТИЧНА РОБОТА 2.**

**Тема:** Аналіз рекламного ролика та особливості його впливу на формування рекламної кампанії.

**Мета:** Навчитись аналізувати чинники, які впливають на вибір концепції рекламного ролика на прикладі обраного на власний розсуд ролика та його вплив на рекламну кампанію вцілому.

**Обладнання:** Комп’ютер з доступом до мережі Інтернет, принтер, папір білий формату А4 (210 х 297).

**Теоретичні відомості**

Рекламний ролик – це короткий і захоплюючий відеоролик, орієнтований на бренд. Його головна мета – привернути увагу потенційних покупців та ініціювати продаж товару чи послуги. Хороший рекламний ролик викликає потрібні асоціації, які пов'язують емоції користувачів з компанією чи продуктом.

Рекламні ролики можна розділити на різні категорії:

* Інтернет ролики, ТВ ролики, ролики для зовнішньої реклами (LED панелі та інше).У свою чергу інтернет також можна розділити на ролики для YouTube, Vimeo, Instagram, Facebook. Тут ролики відрізняються форматом відео і протяжністю часу.
* Відео зйомка або анімація. Анімаційні можуть ділитися на стоп Моушн, 2д анімацію, дудл відео, 3д анімацію, лялькову анімацію.

Крім того ролики можна розділити на презентаційні, промо, інструкції, вірусні, іміджеві і т. і.

Творці рекламних роликів намагаються зробити рекламу так, щоб вона не викликала роздратування, а скоріше інтерес і розважала глядача. Тільки в такому випадку може скласти приємна асоціація з вашим брендом. Якщо ж з перших секунд намагатися впихнути глядачеві, вигідну пропозицію, то ефект буде зворотній. Вимоги до рекламного ролика:

* З перших секунд зацікавити глядача.
* Створити швидкий початок без розкачування.
* Зробити цікаву, кумедну чи смішну історію., оскільки люди люблять історії і не люблять рекламу.
* Створити приємну асоціацію з вашим брендом.

Контрольні запитання

1. Що таке рекламний ролик?
2. За якими категоріями класифікують рекламні ролики?
3. Яким має бути рекламний ролик?

Завдання практичної роботи

Здійснити аналіз рекламного ролику.

Послідовність виконання завдання:

1. Обрати ролик, який буде досліджуватись.
2. Виконати аналіз ролику починаючи з розвитку задуму та концепції (повинен включати дані про бренд, цільову аудиторію, наскільки ефективно рекламний ролик працює).
3. Оформити виконане завдання.