

**Дополнительная информация и рекомендации по оформлению и представлению работ на секции «Реклама: традиции инновации» (4-7 классы) и Текстовая, визуальная музыкальная коммуникация в социальном пространстве (8-11 классы).**

При регистрации на эти секции кроме тезисов и работы, оформленных в соответствии с требованиями, приведёнными в положении исследования в области рекламы, которая включает в себя традиции, текстовую, визуальную и музыкальную коммуникацию, СМИ, могут прилагаться продукты (видео ролики характеризующие практическую часть работы) в социальном пространстве. Научно-исследовательская деятельность должна быть направлена на получение и применение новых знаний в сфере рекламы.

Работая над проектом участникам рекомендуется:

- 1) ознакомиться с литературными источниками, посвящёнными рекламе;
- 2) систематизировать и обобщить литературу по данной теме;
- 3) определить воздействие рекламы на потребителя;
- 4) определить отношение к рекламе;
- 5) проанализировать результаты исследования.

В финале конкурса проекты будут защищаться перед действующими специалистами в сфере рекламы. Каждая проектная работа получит оценку, а также полезные рекомендации в дальнейшей работе .