**Практическое задание 1:**

Выберите из приведенного списка один товар. Предложите новый позитивный имидж выбранного товара. Заполните таблицу.

1. Будильник

2. Зубочистки

3. Футляр для солнечных очков

|  |  |
| --- | --- |
| Цель создания имиджа товара |  |
| Функциональная ценность товара |  |
| Дополнительные услуги |  |
| Планируемый результат от создаваемого имиджа |  |

**Практическое задание 2:**

Автошкола «Флагман» начала работу в августе прошедшего года в городе N в густонаселённом районе города. Дела автошколы c первого дня открытия сразу пошли в гору, с первых недель было набрано 6 групп, в среднем по 11-12 человек в каждой группе. Обучение проводилось опытными специалистами и профессиональными инструкторами на современных автомобилях.

Для привлечения клиентов были самостоятельно разработаны и использованы следующие виды продвижения услуги:

- безадресная рассылка листовок по близлежащим адресам;

- расклейка объявлений в подъездах домов;

- реклама в лифтах;

- использование системы «Яндекс-директ»;

 - реклама на местном радио;

- реклама в местном журнале.

Согласно проведенному анализу, наиболее эффективными средствами продвижения услуг автошколы явились яркая вывеска, рассылка листовок и реклама в подъездах. Реклама на радио и в журнале результатов не дали. В ноябре того же года в близлежащем от автошколы доме своё школу от крыли конкуренты.

С того времени дела у автошколы пошли неважно. Клиенты не обладали какой-либо степенью лояльности к автошколам и выбирали фактически вслепую.

Задание: предложите новые каналы распространения рекламы.

**Практическое задание 3:**

Низколетящие самолеты несут за собой в воздухе транспаранты с рекламными призывами. После наступления темноты такие транспаранты могут быть заменены на воздушную световую рекламу, причем длина рекламного объявления может составлять до 90 знаков. Вертолеты, летящие на низкой скорости, также могут нести световую рекламу от 40 до 80 знаков.

Многие авиалинии предлагают наборы аудио- и видеопрограмм на время полета, которые также могут быть использованы для рекламы. Основными заказчиками на такую рекламу такого рода являются туристические агентства и фирмы, изделия которых предназначены для людей во время деловых поездки и путешествий.

Задание: разработайте рекламный комплект (проспект, плакат и карманный календарь) для туристической фирмы, предлагающей эксклюзивные путешествия на Русский Север, для использования на международной линии воздушного сообщения.

**Практическое задание 4:**

Дополните по вертикали и горизонтали набор носителей рекламы, представленных в таблице 1.

Таблица 1. Генерация носителей рекламы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Носители | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Бумажные носители |  | Буклеты | Листовки |  |
| ТВ |  |  |  |  |
| Радио |  | Радиообъявления |  |  |
| Уличная реклама |  |  |  |  |
| Материальные носители | Ручки | Календари |  |  |

**Практическое задание 5:**

Сколько дополнительно средств нужно вложить в рекламу для получения 2000 дополнительных покупателей рекламируемого изделия при сохранении структуры затрат на рекламу, указанной в табл. 1.

Таблица 1. Структура затрат на рекламу

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид рекламного мероприятия | Затраты на рекламу, тыс. руб. | Число запросов на рекламируемый товар |
| Рекламное объявление в газете | 300 | 4200 |
| Прямая почтовая рассылка | 200 | 1000 |

**Практическое задание 6:**

По следующим данным определите эффективность рекламы (т.е. отдачу от каждого рубля, вложенного в рекламу) при условии, что прирост прибыли компании составил 825 тыс. руб.

Расходы на рекламу складывались следующим образом. Рекламное объявление в журнале: тариф за 1 см2 журнальной площади — 250 руб.; объявления занимают общую площадь 140 см2. Телевизионная реклама: та риф за 1 мин демонстрации по ТВ — 8 тыс. руб.; заключен договор на пять дней показа по 5 мин. Прямая почтовая реклама: разослано 100 тыс. рекламных листовок; изготовление (печатание) обошлось по 10 коп. /шт.; рассылка стоила 5 руб./шт.