Disynergy
Страница материала ↗
EXQT
Готовые ответы — на EXQT
Доступ к ответам приобретается отдельно.
Найти ответы ↗

УНИВЕРСИТЕТ СИНЕРГИЯ

Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«Московский университет «Синергия»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
Коммуникаций-менеджмента
Университета «Синергия»
_____
В.В. Гузырь

Специальность: 42.02.01 Реклама

Индивидуальное задание

по производственной практике

по профессиональному модулю ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

обучающегося группы _____
шифр и номер группы

_____
(Ф.И.О.)

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ[1]
1.	**Ознакомительная лекция, включая инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.** Пройти инструктивное совещание с ответственным лицом от Профильной организации, на котором ознакомиться с кругом обязанностей по определенным видам работ, связанным с будущей профессиональной деятельностью, а также уточнить правила в отношении субординации, внешнего вида, внутреннего трудового распорядка и режима конфиденциальности. Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов (в случае медицинских противопоказаний к выполнению определенных видов деятельности – принести подтверждающую справку из медицинского учреждения).	
2.	**Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников.** Сформировать целостное представление о рекламной деятельности предприятия, его организационной структуре,	

[1] Сроки организации практической подготовки определяются учебным планом в соответствии с календарным учебным графиком. Даты необходимо уточнить у персонального куратора учебной группы путем взаимодействия с ним в личном кабинете на платформе lms.synergy.ru посредством опции «Обратиться в деканат».

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

	используемых данных и подходах к анализу, а также научиться сегментировать потребителей и строить их портреты. **Вопросы для выполнения задания.** **Блок 1. Организационная структура и функции подразделений.** 1. Какие подразделения (отделы, службы) занимаются рекламной и маркетинговой деятельностью на предприятии? Какова их иерархия и подчиненность? 2. Каковы функциональные обязанности сотрудников этих подразделений (маркетолог, SMM-менеджер, дизайнер, PR-менеджер и т.д.)? 3. Какие задачи решаются собственными силами, а какие передаются на аутсорсинг (дизайн, фотосъемка, таргетинг)? **Блок 2. Внутренние вторичные данные и результаты рекламных кампаний.** 1. Какие внутренние документы и базы данных содержат информацию о проведенных маркетинговых исследованиях и рекламных кампаниях за последние 1-2 года? 2. Какие результаты (отчеты, статистика) были получены по итогам этих кампаний? Какие каналы показали наилучшую эффективность? 3. Как на предприятии организован сбор, хранение и анализ этих данных? Используются ли CRM-системы, файлы Excel, специализированное ПО? **Блок 3. Основные показатели хозяйственной деятельности и эффективности рекламы.** 1. Каковы основные финансовые и операционные показатели деятельности предприятия за последний отчетный период (выручка, прибыль, средний чек, количество посетителей)? 2. Какие показатели используются для оценки эффективности рекламной деятельности (ROI, ROMI, CPA, LTV, конверсия)? 3. Какая динамика этих показателей наблюдается? Какие факторы (сезонность, рекламные кампании) на них влияют? **Блок 4. Сегментирование потребителей и построение портретов.** 1. По каким критериям предприятие сегментирует своих потребителей (социально-демографические: пол, возраст, доход, место жительства; поведенческие: частота покупок, приверженность, поводы для посещения)? 2. Какие основные сегменты (типы) потребителей выделяются? Каковы их количественные и качественные характеристики? 3. Каковы потребности, «боли» и ожидания каждого сегмента? Как продукт компании удовлетворяет эти потребности? 4. Как выглядит типовой портрет потребителя для каждого сегмента (можно с визуализацией)?	
3.	**Изучение методологических основ рекламной деятельности предприятия.** **Изучить теоретические и прикладные подходы, на которых базируется рекламная деятельность компании-объекта практики, выявить используемые модели, методы и**	

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

	регламенты. Вопросы для выполнения задания: 1. Какие теоретические модели и концепции лежат в основе разработки рекламных сообщений и выбора каналов коммуникации в компании? 2. Какие методы сбора и анализа информации используются для изучения целевой аудитории и оценки эффективности рекламы? 3. Какие внутренние документы и регламенты определяют порядок планирования, создания и размещения рекламных продуктов?	
4.	**Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.** **Разработка проектного этапа рекламной кампании.** **Цель задания:** изучить конкурентов с помощью бенчмаркинга и обосновывать выбор каналов продвижения с оценкой их эффективности **Содержание работы:** 1. Проведение конкурентного анализа методом бенчмаркинга (сравнение с 2–3 ключевыми игроками рынка). 2. Описание и классификация каналов продвижения, используемых предприятием: a. Традиционные каналы (наружная реклама, ТВ, радио, печатные СМИ). b. Цифровые каналы (таргетинг и ретаргетинг в VK, Telegram, реклама в блогах, Rutube). c. Современные технологии (омниканальность, искусственный интеллект, SMM, SEO). 3. Анализ эффективности рекламных кампаний с использованием систем веб-аналитики (например, Яндекс.Метрика) и ключевых метрик (CTR, CPA, ROI, конверсия). 4. Разработка стратегии рекламной кампании (бриф и SWOT-анализ). 5. Тактическое планирование: медиаплан и бюджет. 6. План мероприятий (ивент-маркетинг).	
7.	**Обработка и анализ полученной информации об объекте практики.** С целью подготовки к сдаче экзамена по модулю ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. Осуществить комплексный анализ результатов выполненных видов работ, оформить презентационные материалы, разработать свои предложения и рекомендации на основе сравнения полученных в процессе обучения теоретических знаний с навыками, полученными в период прохождения практики.	
6.	**Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.**	

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер
disynergy.ru

	Оформить отчет по практике в формате презентации PowerPoint, содержащий базовую и информационно-вспомогательную информацию, согласно Приложению 1. *Оформить справку*, заверенную подписью и печатью (при наличии) ответственного лица от Профильной организации, содержащую сведения о прохождении практики. Разместить полностью оформленный комплект отчетной документации по практике в электронной информационно-образовательной среде Университета «Синергия» на платформе lms.synergy.ru руководителю практики от Образовательной организации для экспертной оценки результатов ее прохождения.	

Обучающийся индивидуальное задание получил: _____ _____
(подпись) (расшифровка)

Помогу с учебным заданием без предоплаты. Оплата после выполнения
Нажмите на мессенджер, чтобы написать
Telegram ↗ WhatsApp ↗ MAX ↗
+7 (924) 305-23-08 · Пишите в мессенджер disynergy.ru