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 Менеджмента
Университета «Синергия»
_____ В.В. Гузырь

Специальность: 42.02.01 Реклама

Индивидуальное задание

по производственной практике

по профессиональному модулю ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

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.	**Организационно-ознакомительная часть.** 1. Изучить и описать организационно-правовую форму предприятия, его миссию и цели. 2. Проанализировать и представить в виде схемы организационную структуру управления предприятием. 3. Охарактеризовать место отдела маркетинга и бренд-менеджмента (или специалиста по интернет-маркетингу) в	

[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

	общей структуре компании, описать его взаимодействие с другими подразделениями (продажи, закупки, IT). В рамках каждого задания составить соответствующие схемы для наглядности и дать им краткую характеристику.	
3.	**Исследовательская часть.** **1. Анализ маркетинговой деятельности и аудит бренда. Аудит цифрового бренд** Визуальная идентичность и Tone of Voice: 1) проанализировать визуальную идентичность бренда на всех ключевых цифровых площадках (сайт, социальные сети). Оценить консистентность (единообразие) использования логотипа, фирменных цветов и шрифтов; 2) изучить и описать Tone of Voice (голос бренда), сравнив стиль коммуникации в текстах на официальном сайте и в социальных сетях; 3) стратегический анализ; 4) выполнить SWOT-анализ цифрового присутствия бренда: a. сильные стороны (Strengths): перечислить ключевые преимущества онлайн-имиджа. b. слабые стороны (Weaknesses): указать основные недостатки и упущения. c. возможности (Opportunities): обозначить потенциальные точки роста в цифровой среде. d. угрозы (Threats): выявить внешние факторы, способные навредить репутации или продажам. 5) определить текущую сегментацию рынка и описать архетип или персону бренда для основной целевой аудитории (ЦА). **2. Выявление основных онлайн-конкурентов и сравнительный аудит** Идентификация конкурентов: • прямые конкуренты: бренды с аналогичным продуктом/ценой; • косвенные конкуренты: решают ту же проблему клиента другим способом или предлагают альтернативу в вашем ценовом сегменте; • инструменты: Поиск в Google/Yandex по ключевым запросам, анализ выдачи маркетплейсов (Wildberries, Ozon), мониторинг рекламы конкурентов через сервисы вроде SpyWords; • проведение сравнительного аудита; • провести сравнительный анализ по трем срезам: визуальный стиль, коммуникационная стратегия, репутация. **3. Карта позиционирования** Наглядно продемонстрировать рыночную позицию бренда относительно конкурентов. **4. Исследование восприятия и путь клиента** Найти разрывы: Прочитайте отзывы о бренде. Обещает ли бренд одно (например, «быструю доставку»), а люди пишут другое («ждали неделю»)? Это и есть разрыв. Нарисовать путь клиента (CJM): Нарисуйте путь человека от мысли «мне это нужно» до покупки. Отметьте точки контакта с брендом (увидел рекламу, зашел на сайт, написал в	

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

	чат) и эмоции в каждой точке (+ или -). **5. Практическое задание** Собрать обратную связь от реальных людей.	
4.	**Аналитическая часть.** **1. Digital-инструменты и брендинг** –Проанализировать формирует ли контент на сайте образ эксперта? –Соответствуют ли объявления фирменному стилю и говорят ли о главном преимуществе (УТП)? –Соблюдается ли единый стиль общения (ToV) и создается ли сообщество? **2. Анализ SMM и рекламы** Посмотреть 10 постов. Соблюдается ли единый стиль общения? Как бренд отвечает в комментариях? Контекстная реклама: вбить запрос в поисковик. Соответствует ли текст и стиль объявления бренду? Ведет ли оно на релевантную страницу? **3. Анализ контента и блогеров** Найти 1-2 статьи. Есть ли в них факты, указан ли автор? Выглядят ли они достоверно? Блогеры (если есть): найти интеграцию. Выглядит ли она естественно? Как отреагировала аудитория в комментариях? **5. Оценка здоровья бренда** Оценить, насколько бренд заметен. Где вы о нём слышали? (в блогах, у друзей, в рекламе?). Это и есть его узнаваемость. Тональность (Brand Sentiment): Найти 10–15 упоминаний бренда в соцсетях или на сайтах-отзовиках. Посчитайте: – Сколько отзывов положительных? – Сколько отрицательных? – Сколько нейтральных? **6. Технологии и бренд** Попробуйте найти нестандартные технологии, которые использует бренд. Примеры для поиска: – AR-маски: есть ли в соцсетях (например, в VK) маски с логотипом бренда? – Чат-боты: есть ли у бренда умный чат-бот, который помогает с выбором или просто общается в фирменном стиле? – Онлайн-примерка: можно ли "примерить" товар через камеру телефона на сайте или в приложении? – Оценить применение: если вы что-то нашли — это плюс. Бренд выглядит современным. Если нет — это упущенная возможность.	
7.	**Экспериментальная часть.** **1. Развитие бренда** 1) Оценить интерфейс (UX/UI): соответствует ли дизайн сайта характеру бренда? 2) Разработать макет: создать свой вариант поста или страницы, соблюдая стиль бренда. 3) Проанализировать акции: не вредят ли скидки имиджу бренда? **5.2. Анализ UX/UI и разработка макета** 1) Оценить интерфейс (2-3 предложения): Зайдите на сайт	

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

	или в приложение бренда. Соответствует ли его внешний вид (цвета, шрифты, количество элементов) его характеру? (Например, если это премиум-бренд, интерфейс должен быть минималистичным и "воздушным"). 2) Создать макет (главная задача): В любом простом редакторе (например, Figma, Canva или даже PowerPoint) создайте макет одного поста для социальной сети. Он должен полностью соответствовать стилю бренда: используйте его фирменные цвета, шрифты и стиль изображений. **5.3. Разработка маркетингового макета** Подготовить макет продающей страницы (landing page) или поста для социальной сети для одного из товаров предприятия. **5.4. Разработка рекомендаций по улучшению интернет-маркетинга** На основе проведённого анализа сформулировать 3–5 конкретных предложений по улучшению сайта, рекламных кампаний или работы в социальных сетях.	
6.	**Обработка и анализ полученной информации об объекте практики.** Осуществить комплексный анализ полученной информации по профессиональному модулю ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий, в том числе: **6.1. Разработка стратегии цифрового брендинга** Сгруппировать идеи: разделите все свои выводы и предложения на три направления: Вербальная идентичность: что и как говорить (Tone of Voice). Визуальная идентичность: как выглядеть (дизайн, цвета, фото). Коммуникационная стратегия: какой контент создавать для укрепления имиджа. Создать итоговую таблицу: оформите свои лучшие 3-4 рекомендации в виде таблицы. **6.2. Финальные рекомендации и комьюнити** Сформулировать финальные рекомендации: завершите свою презентацию 2-3 сильными предложениями, которые обобщают вашу стратегию. Придумать идеи для комьюнити: предложите 2-3 конкретных действия, которые помогут бренду создать клуб преданных фанатов.	
7.	**Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.** *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-	

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

	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