|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Группа Р-2. Производственная практика по ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** | | | | |
| **№ п/п урока** | **Наименование тем уроков** | **Учебная нагрузка, ч** | | **Задание** |
|
| **1** | Разработка плана исследования по выявлению медиапредпочтений целевых аудиторий | **7,2** | | 1. Описать порядок разработки плана по выявлению медиапредпочтений целевых аудиторий.  2. Сформировать порядок исследования медиапредпочтений. |
| **2** | Разработка плана исследования по выявлению медиапредпочтений целевых аудиторий | **7,2** | |
| **3** | Разработка плана исследования по выявлению медиапредпочтений целевых аудиторий | **7,2** | |
| **4** | Разработка медиаплана согласно выбранной категории товара | | **7,2** | 1. Сформировать порядок разработки медиаплана |
| **5** | Разработка медиаплана согласно выбранной категории товара | | **7,2** |
| **6** | Разработка медиаплана согласно выбранной категории товара | | **7,2** |
| **7** | Разработка анкеты по выявлению требований целевых групп потребителей  Проведение анкетирования целевых групп потребителей и выявление их предпочтений | | **7,2** | 1. Провести исследование рынка, в т.ч. разработать анкету  (\*распределение по учащимся см. ниже) |
| **8** | Разработка анкеты по выявлению требований целевых групп потребителей  Проведение анкетирования целевых групп потребителей и выявление их предпочтений | | **7,2** |
| **9** | Разработка анкеты по выявлению требований целевых групп потребителей  Проведение анкетирования целевых групп потребителей и выявление их предпочтений | | **7,2** |
| **10** | Разработка рекламной стратегии компании (цели, задачи, инструменты воздействия) | | **7,2** | 1. Разработать рекламную стратегию компании по результатам исследовании рынка |
| **11** | Разработка рекламной стратегии компании (цели, задачи, инструменты воздействия) | | **7,2** |
| **12** | Разработка средств продвижения рекламного продукта (на выбор) | | **7,2** | 1. Разработать средства продвижения рекламного продукта  2. Описать сущность коммуникационной концепции продвижения продукта |
| **13** | Разработка маркетинговой части бизнес-плана | | **7,2** |
| **14** | Разработка коммуникационной концепции продвижения продукта | | **7,2** |
| **15** | **Дифференцированный зачет** | | **7,2** |  |
|  | **ВСЕГО** | | **108** |  |

Отчет должен быть представлен в печатном виде.

Выполненные отчеты/фото отчетов должны быть высланы на эл. адрес. Адрес эл. почты: ochernysheva@myompl.ru

Срок-19 июня

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Объект рекламы** |
| Бабулина Я.Б. | Тушь для ресниц |
| Берсенёва Т. Р. | Женская обувь |
| Бернацкий Н. Д. | Телевизоры |
| Гайворонская Я. А. | Мыло жидкое |
| Кондратович М. К. | Ювелирные изделия |
| Кулаков И. А. | Мужская обувь |
| Лагода Н.Ю. | Салфетки влажные для рук |
| Липилин А. В. | Чай |
| Масленникова О. В. | Крем для лица |
| Москонен А. И. | Губная помада |
| Новикова А. Е. | Кондиционер для белья |
| Новикова С. В. | Лак для ногтей |
| Рогачева Д.А. | Гель для душа |
| Ткач Д. Д. | Услуги такси |
| Феоктистов Д. А. | Йогурт |
| Янушковский Р. В. | Легковые автомобили |