Приложение 1

Министерство образования и науки Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Тольяттинский государственный университет»

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

(институт)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(кафедра)

**Практическое задание №\_1\_**

по учебному курсу «Маркетинг»

Вариант \_\_\_\_ *(при наличии)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Студент | (И.О. Фамилия) |  |
| Группа | (И.О. Фамилия) |  |
| Ассистент | (И.О. Фамилия) |  |
| Преподаватель | (И.О. Фамилия) |  |

Тольятти 2017

**Задание**

Фирма, производящая линейку продуктов из серии «Здоровое питание» и реализующая их посредством использования фирменной сети аптек, провела рекламную кампанию с использованием таких источников рекламы как местное радио, телевидение, газета (распространяемая бесплатно по почтовым ящикам), буклеты (распространяемые в местных фитнес-центрах), а также подписной медицинский журнал. Контрольная партия продукции в размере 3500 штук была реализована со специальным отрывным купоном, содержащим просьбу к покупателям о предоставлении следующих данных: возраст, пол, источник рекламы, из которого он узнал о данной продукции. В результате часть возвращенных купонов содержала неполную информацию: 320 респондентов не указали свой пол, 75 респондентов не указали источник информации, 16 респондентов не указали свою возрастную группу. Результаты опроса представлены в табл. 1.1.

1. Используя исходные данные, а также представленный в таблице 1.1 материал, составьте медиаплан (заполните таблицу 1.2) по проведению рекламной кампании для предприятия, производящего продукты для здорового питания, реализуемые через сеть фирменных аптек.

2. Предложите свое направление развития рекламной деятельности данной фирмы для будущих рекламных кампаний.

Таблица 1.1

Результат опроса покупателей

| Источник рекламы | Женский пол | Мужской пол | Учащиеся (12–18 лет) | Молодежь до 30 лет | Респонденты среднего возраста | Пенсионеры |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Газета | 57 | 45 | 68 | 320 | 785 | 466 |
| Телевидение | 550 | 428 | 46 | 430 | 895 | 367 |
| Радио | 342 | 674 | 23 | 567 | 467 | 654 |
| Медицинский журнал | 250 | 154 | 12 | 34 | 115 | 41 |
| Буклеты | 300 | 120 | 56 | 127 | 68 | 12 |
| Другие источники | 145 | 115 | 17 | 46 | 116 | 120 |

В процессе планирования рекламной кампании по продвижению продукции на следующий год производитель заключил договоры на размещение рекламных материалов в газете на сумму 150 800 рублей, на радио – на сумму 120 000 рублей. На телевидение заложили рекламный бюджет в диапазоне от 300 000 до 600 000 рублей. Всего на рекламную деятельность запланировали выделить 1 400 000 рублей.

Необходимо составить медиаплан рекламной кампании с учетом анализа потребительских предпочтений и наиболее востребованных источников рекламной информации. При этом стоимость одного размещения рекламного объявления на радио составляет 2000 рублей, на телевидении – 6000 рублей, в газете – 4500 рублей, в медицинском журнале – 15000 рублей, стоимость изготовления одного буклета – 300 рублей.

1. Определим возможное количество размещений рекламы в разных источниках информации:

- В газете: 150800/ 4500 = 33 шт.

- На радио: 120000 / 2000 = 60 шт.

- Телевидение: 300000/6000 = 50 и 600000 / 6000 = 100, т.е. от 50 до 100 щт.

Бюджет на всю рекламную деятельность – 1 400 000

Большинство респондентов отдают предпочтение рекламе на телевидении, радио и газетах.

На основании полученных сведений в таблице 2 представим бюджет рекламной компании за год

Таблица 2

Планирование бюджета рекламных средств

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Источник рекламы | Январь | | Февраль | | | | Март | | | | Апрель | | | | Май | | | | Июнь | | | |
| Количество  выходов | Стоимость размещения | Количество  выходов | | Стоимость размещения | | Количество  выходов | | Стоимость размещения | | Количество  выходов | | Стоимость размещения | | Количество  выходов | | Стоимость размещения | | Количество  выходов | | Стоимость размещения | |
| Телевидение | 10 | 60000 | 7 | | 42000 | | 8 | | 48000 | | 10 | | 60000 | | 7 | | 42000 | | 10 | | 60000 | |
| Радио | 5 | 10000 | 5 | | 10000 | | 5 | | 10000 | | 5 | | 10000 | | 5 | | 10000 | | 5 | | 10000 | |
| Буклеты | 0 | 0 | 30 | | 18000 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 30 | | 18000 | | 0 | | 0 | |
| Медицинский журнал | 2 | 30000 | 2 | | 30000 | | 2 | | 60000 | | 2 | | 30000 | | 2 | | 30000 | | 2 | | 30000 | |
| Газета | 3 | 13500 | 2 | | 9000 | | 3 | | 13500 | | 3 | | 13500 | | 3 | | 13500 | | 3 | | 13500 | |
| Итого |  | 113500 |  | | 109000 | |  | | 131500 | |  | | 113500 | |  | | 113500 | |  | | 113500 | |
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Источник рекламы | Июль | | | Август | | | | Сентябрь | | | | Октябрь | | | | Ноябрь | | | | Декабрь | | |
|  | Количество  выходов | Стоимость размещения | | Количество  выходов | | Стоимость размещения | | Количество  выходов | | Стоимость размещения | | Количество  выходов | | Стоимость размещения | | Количество  выходов | | Стоимость размещения | | Количество  выходов | | Стоимость размещения |
| Телевидение | 6 | 36000 | | 10 | | 60000 | | 10 | | 60000 | | 10 | | 60000 | | 7 | | 60000 | | 5 | | 30000 |
| Радио | 5 | 10000 | | 5 | | 10000 | | 5 | | 10000 | | 5 | | 10000 | | 5 | | 10000 | | 5 | | 10000 |
| Буклеты | 30 | 18000 | | 0 | | 0 | | 30 | | 18000 | | 0 | | 0 | | 30 | | 18000 | | 0 | | 0 |
| Медицинский журнал | 2 | 30000 | | 2 | | 30000 | | 2 | | 30000 | | 2 | | 30000 | | 2 | | 30000 | | 2 | | 30000 |
| Газета | 2 | 9000 | | 3 | | 13500 | | 4 | | 18000 | | 2 | | 9000 | | 3 | | 13500 | | 5 | | 25500 |
| Итого |  | 103000 | |  | | 113500 | |  | | 136000 | |  | | 109000 | |  | | 131500 | |  | | 95500 |
| ИТОГО 1383000 руб. за год | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |