**Задание 1**

1. Заказчик (адресант)

Проект VNORMEVES

Москва, ул. Земская д. 51, тел.: 8–800–5054455

Сайт www.vnormeves.ru

2. Телеканал или радиостанция (контекст)

Радиостанция Европа+

3. Социальная ситуация, делающая ролик актуальным (контекст)

Проблема ожирения и здорового образа жизни

4. Сюжет, содержание (сообщение)

Разговор:

– Как же мы соскучились по морю и солнцу…

– Сколько нас можно держать в шкафу?

– Опять объелась булок, и мы не нее не залезем!

– Опять будет нас перешивать и растягивать…

– Берегитесь, брюки, она идет!

Мечтаете вернуться к своим любимым вещам? В норме вес. ру – похудение без диет

5. Задачи (код)

Задачи рекламного ролика – напомнить о необходимости бороться с проблемой лишнего веса и предложить пути решения проблемы – информацию на сайте vnormeves.ru

6. Ценности и символы, к которым апеллирует ролик (код)

Ценности – здоровая красота (без лишнего веса, ожирения)

7. Целевая аудитория (адресат)

Женщины, испытывающие проблемы с лишним весом

8. Средства

Акустические (воздействующие на слух) средства – радиореклама

На мой взгляд, ролик очень успешно выполняет свою задачу – привлекает внимание к проблеме ожирения. Используется интересная идея – «подслушанный» разговор летних вещей в шкафу, которые «мечтают», чтобы их хозяйка снова могла их одеть. Разговор передается эмоциональными голосами, которые заставляют внимательно вслушиваться в ролик. Ролик с легким налетом юмора оставляет приятные впечатления и желание зайти на указанный сайт, т.е. полностью выполняет свою задачу.

**Задание 2**

рекламный бюджет кампания рынок

Предприятие ООО «Праздник» намерено выйти на рынок г. Вологды с новой услугой – разработка театрализованных программ на банкеты, праздники, свадьбы.

Медиаплан рекламной компании

Первый этап – исследование рынка

Целевая аудитория – корпоративные клиенты; активные, творческие люди, предпочитающие нестандартное проведение досуга

Демографические критерии – молодые люди и люди среднего возраста со средним и высоким уровнем достатка; средние и крупные корпорации

Формы воздействия на целевую аудиторию – пропаганда в прессе, реклама в прессе (журналы и газеты регионального значения), печатная реклама (буклеты, распространяющиеся в местах продажи подарков, цветов, в местах проведения досуга – кинотеатры, кафе), реклама на радио (региональная радиостанция), наружная реклама (баннеры и плакаты на центральных транспортных путях города).

Второй этап – разработка фирменного стиля и слоганов.

Проведение праздников – это работа не по шаблону, это полет фантазии, яркие мысли и нестандартные решения. Это все, чтобы сделать торжество незабываемым. Праздник Вашей мечты – это наша работа.

Третий этап – типы рекламы, сроки размещения, стоимость, эффективность проводимой рекламной кампании. Продолжительность рекламной компании – 1 месяц. Расходы на кампанию:

1. Статьи в специализированных журналах. Стоимость одной цветной статьи в журнале «Рандеву» составляет 7000 руб. за страницу (включая НДС).

2. Реклама в специализированных журналах. Стоимость небольшого цветного рекламного модуля в журнале «Рандеву» – 4000 руб. (включая НДС).

3. Печать буклетов. Стоимость 1000 тиража буклетов формата А4 издательством ООО «Вологодский издательский центр» составляет 18000 руб.

4. Реклама на радио. Изготовление музыкального рекламного ролика – 3800 руб. Стоимость одной секунды на радио «Премьер» – 12 рублей. Итого рекламный ролик, продолжительностью 20 секунд – 240 руб. Прокат ролика три раза в день в течение 1 месяца (30 дней) обойдется в 21600 руб.

5. Наружная реклама. Изготовление одного баннера размером 100\*100 составляет 500 руб. Размещение 5 баннеров на улицах города обойдется в 2500 руб.

Итого бюджет рекламной кампании: 7000+4000+18000+ +21600+2500=53100 руб.

Эффект от проведенной рекламной компании будет долговременным, т.к. главная ее цель – закрепить в сознании клиентов желание воспользоваться новой услугой фирмы ООО «Праздник». Средняя стоимость проведения театрализованного представления – 15000 руб. Учитывая рентабельность данного вида деятельности на уровне 30–40%, чистый доход от проведения одного праздника составляет 4000–5000 руб. Таким образом, рекламная компания окупится через 10–11 проведенных театрализованных представлений, т.е. примерно через 1–2 месяца.