

**ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ**  
**ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
**«Маркетинг в средствах массовой информации»**

Тема занятия: Реклама средств массовой информации

**Задание № 1.**

Цель: Повысить узнаваемость телеканала «XXX»

Целевая аудитория женщины в возрасте от 25 до 65 лет активно смотрящие ТВ.

По результатам рекламной кампании, которая длилась один месяц, был проведен опрос двух групп:

1. Тестовая группа – пользователи, которые видели рекламу
2. Контрольная группа – пользователи, которые не видели рекламу.

Был задан вопрос: Какие телеканалы вы смотрите?:

В результате проведения рекламной кампании доля узнаваемости телеканала по сравнению с конкурентами (4 конкурента) увеличилась с 13% до 22%.

Рекламная кампания начиналась с зарождения идеи.

Задача:

1. Сформулируйте вопросы, ответы на которые позволят найти идею рекламной кампании (не менее 3-х вопросов)
2. Сформулируйте идею рекламной кампании

**Задание № 2.**

Ситуация

На телеканале XXX в течение года выходило дневное шоу «AAAAA» с долей чуть ниже среднеканальной в слоте. По окончании шоу

был проведен опрос, результатом которого стал неожиданный вывод: шоу смотрели не потому что оно хорошее, а наоборот.

На следующий год было принято решение снимать второй сезон шоу. PR команда телеканала придумала и реализовала стратегию продвижения «спровоцированный негатив», которая не только увеличила узнаваемость проекта, но и привлекла новых пользователей в социальные сети и на сайт телеканала. А также улучшила эфирные показатели шоу.

Задача: предложите свой вариант креативного приема стратегии продвижения «спровоцированный негатив»