**Практичне заняття**

**Тема 3. ЕФЕКТИ КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕКЛАМНІ СТРАТЕГІЇ**

**Завдання 1**

Підготувати та презентувати власний рейтинг 5 успішних рекламних кампаній 2024-2025 років.

**Завдання 2**

Презентація дослідження зібраних рекламних звернень за 1 годину прогулянки. Провести аналіз рекламних звернень щодо їх видів та рівня сприйняття іншими особами

**Завдання 3**

Визначте цільові аудиторії для таких товарів і послуг:

– концерт симфонічного оркестру;

– концерт Монатіка;

– кінофільм «Захар Беркут»;

– виставка картин І. Марчука;

– креативна скляна біжутерія;

– концерт групи «Океан Ельзи»;

– вечір знайомств для тих, кому за 60;

– лялькова вистава «Червона шапочка»;

– аукціон картин мистецтва соцреалізму.

**Завдання 4**

Проаналізуйте запропоноване рекламне повідомлення, визначивши основні складові: заголовок, основний текст, візуальні елементи, заклик до дії та фірмовий блок.

Опишіть, як кожен з цих елементів сприяє залученню уваги та формуванню позитивного сприйняття у цільової аудиторії.

Опишіть свої емоції. Які елементи реклами спричинили ці емоції?

**Завдання 5**

Розробіть короткий сценарій реклами зубочисток, що викликає емоцію надану викладачем для підгрупи.

Емоції: радість, захоплення, страх, смуток, довіра, тріумф, впевненість, ніжність, каяття, любов, сором, гордість, ворожість, заздрість, цікавість

Представте рекламу групі виконавши сценарій. Інші підгрупи повинні визначити, яку емоцію намагалися викликати автори

**Завдання 6**

За пірамідою Маслоу проаналізуйте людські потреби використані в рекламах.

**Завдання 7**

Розробка рекламної кампанії квіткових магазинів

Магазин «А» використовує наступну рекламу для комунікації з клієнтами:

* Реклама по радіо за тиждень до кожного свята;
* Рекламне нагадування дітям щодо наближення свята весни;
* Підготовка та розповсюдження кольорових брошур про весільні букети серед молодих дівчат;
* Розміщення рекламних оголошень в місцевій газеті «Ехо»;

Оцініть рекламну компанію магазину «А» та розроби інноваційну рекламну компанію для магазина «Б», що є його конкурентом.

**Завдання 8**

Компанія Nike запустила цифрову рекламну кампанію в соціальних мережах для просування нової моделі кросівок. Було витрачено 5 млн доларів на рекламу протягом 3 місяців.

Дані кампанії:

* Середня вартість залучення одного клієнта (CAC) = 25 доларів
* Кількість залучених нових клієнтів = 180 000 осіб
* Середній чек покупки (AOV) = 120 доларів
* Маржинальність продукції = 40%

Завдання:

* Обчислити виручку, отриману від кампанії.
* Знайти валовий прибуток.
* Визначити рентабельність реклами (ROI).
* Зробити висновок, чи була кампанія ефективною.

**Завдання 9**

За приведеними даними визначить ефективність реклами ( тобто прибуток на кожну гривню, інвестовану у рекламу) за умови, що збільшення прибутку становить 825 тис.грн. Витрати на рекламу складаються наступним чином. Рекламне оголошення у журналі: тариф за 1 кв.см журнальної площини 250 грн, оголошення займає 140 кв.см площини. Телевізійна реклама: тариф за 1 хвилину- 8 тис.грн, укладено контракт на 5 днів показу по 5 хв. Пряма поштова реклама: розсилка 100 тис. рекламних листівок, виготовлення яких коштувало 10 коп за одиницю, розсилка 5 грн. за одиницю.

**Завдання 10**

За даними про результати використання кабельної телевізійної реклами на ринку, що випробовується та відомостей про продажі на контрольному ринку зробіть оцінку ефективності реклами, якщо витрати на неї склали 750 тис. грн.