

Практические кейсы-задачи, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам практики

№ п/п	Подробные ответы обучающегося на практические кейсы-задачи
Кейс-задача № 1	<p>Газета «Экономика и время» играет важную роль в обществе, несмотря на ее нерентабельный характер, поэтому генеральный директор агентства прав. Благодаря этой газете читатели узнают новости экономической и политической деятельности государства. Это полезно как для бизнесменов, так и для физических лиц. Для роста продаж этой газеты необходимо провести следующие мероприятия:</p> <ol style="list-style-type: none">1) Провести акцино-скидочную программу, то есть кому в действительности нужна эта газета, можно купить ее подписку.2) Включить в газету немного развлекательной программы или рекламы, для увеличения группы читателей.3) Создать сайт или блог об газете и выпускать ее в электронном виде, для видения другим пользователям, также можно собирать отзывы и предложения.4) Привлечь других заинтересованных лиц в эту газету для объединения качественного материала.5) Сделать отдельно блог про экономику и ситуацию в стране, тем самым привлекая других читателей к этой газете. <p>Благодаря таким мерам газета «Экономика и время» может снова вернуться на рынок печатной продукции и составить конкуренцию другим.</p>
Кейс-задача № 2	<p>Так как главными распространителями рекламы считаются газеты, буклеты, каталоги, вывески, реклама на тв и прочее. Наилучшим вариантов будет возобновление рекламы на тв, но помимо этого придумать и другие способы привлечения клиентов.</p>
Кейс-задача № 3	<p>Необходимо воспользоваться блоггергом и не навязчиво распространять там свою рекламу, учитывая аудиторию данного контента.</p> <p>Распространить онлайн продажи, для роста прибыли.</p> <p>По рисунку 1 видны цели и подцели этих целей. Главное правильно выбрать последовательность их решения.</p>

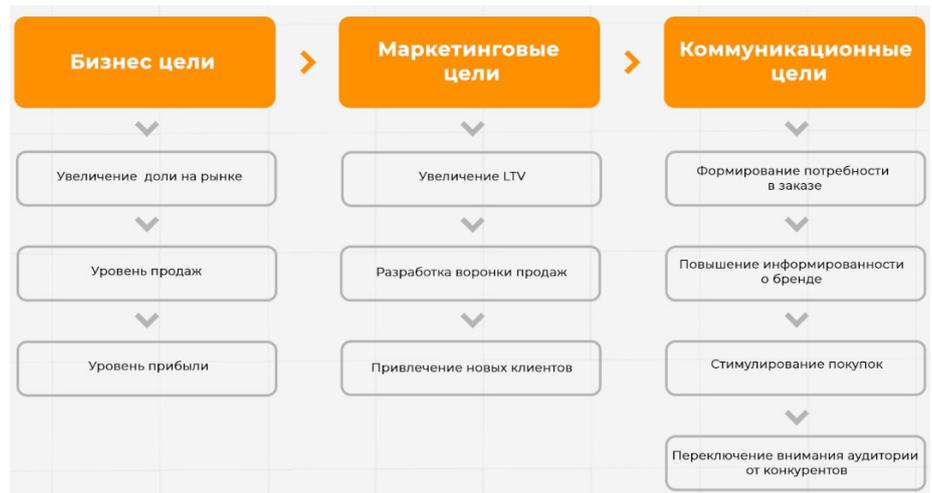


Рисунок 1 – Цели проекта

На рисунке 2 изображены ключевые задачи, которые необходимо решить по той или иной цели.



Рисунок 2– Ключевые задачи

Главное не забывать отслеживать тренды, которыми интересуется аудитория, проводить различные конкурсы, розыгрыши для аудитории, использовать фотоотзывы, а также супергео по районам города с учебными заведениями.

Главное в стратегии продвижения - это поделить аудиторию на группы и для каждой группы создать свой контент, чтобы было больше людей. По разным направлениям объединить работу для экономии ресурсов. Предложить одну цель продвижения и превратить ее в контент для зрителей.

Кейс-задача № 4

На Super^u^ влияют в социальной, политической и экономической сфере. Например, меняются предпочтение и ожидание клиентов, рост конкуренции, технологический прогресс, изменение демографической ситуации в стране. Из-за этого требуется больше инвестиций для

инноваций в привлечении клиентов, как старых так и новых. Луизе необходимо скорректировать свою профессиональную стратегию, где будут видны более четкие цели и задачи. Замотивировать сотрудников двигаться этим целям, для этого расширить их более творческую натуру, позволить им творить, обучаться, развиваться, находить нестандартные подходы к различным ситуациям.

Для превращения Super^u^ в обучающуюся организацию необходимо в первую очередь Луизе инвестировать в программы для обучения и развития своих сотрудников и себя. Чтобы они были достаточно компетентны. Также Луизе необходимо создать межфункциональное сотрудничество для обратной связи и размышлений, чтобы сотрудники могли не только делиться знаниями с сотрудниками, но и с ней. Для того чтобы у Луизы была возможность не переусердствовать на работе необходимо создать команду для привлечения средств. Для того, чтобы коллектив был более сплоченный необходимо продумать программы для сотрудников, например корпоратив, празднование дней рождений и т.д. Напоследок, ей просто необходимо регулярно общаться с сотрудниками, чтобы информировать их о прогрессе компании и вовлекать их в процессы принятия решений, которые влияют на их работу.

<p>Кейс-задача № 5</p>	<p>Стратегия заключается в следующих мероприятиях</p> <p>1. Люди, которые сидят дома Таким людям можно предложить: “Заботьтесь о своих родных об остальном позаботимся мы”. Это для людей, которые увидели-влюбился-купил. Рекламные баннеры в торговых центрах, флеш мобы, и т.д.</p> <p>2. Сторонники традиционного потребления Тут можно придумать слоган: “Живи в моду с ногой на зависть остальным”. Это создано для тех кто хочет быть звездой любого мероприятия. Клиенты бренда хотят быть оригинальными и креативными. Реклама в соцсетях, демонстрация на подиумах, упаковка покупок в дизайнерскую крафтовую бумагу. Преимущества: возможность заказать крафтовую бумагу с индивидуальными рисунками, размещение точек в спальнях районах, упаковка для компаний.</p> <p>3. Покупатели, ориентирующиеся на цену Для таких можно придумать слоган: “Купи все что хочешь, пока есть возможность” В этом случае потребитель покупает именно тот товар на которой есть скидка и она ему нравится. Чем более уникальна ситуация, тем более узкий рынок, что позволяет быстро занять лидирующие позиции. При этом необходимо постоянно отслеживать увлечения и поведения потребителей</p> <p>4. Приверженцы традиций Здесь сложнее, так как покупатель знает, что надо купить, про таких можно сказать “Купи меня прямо сейчас я то что тебе необходимо” Рекламная кампания бренда акцентирует внимание на конкретной целевой аудитории. Товары, качество которых не волнует потребителей или ожидаемо низкое, будут покупать по более низкой цене</p> <p>5. Сторонники классической моды и независимого образа жизни Наша работа – исполнять ваши мечты с таким слоганом можно обратиться к покупателям. В этом случае, упаковка потребителя должна выглядеть оригинально с индивидуальным дизайном. Это поможет подчеркнуть важность подарка. Таким образом, потребитель почувствует себя не только креативным, но и заботливым. Таким образом, подойдет позиционирование по выгоде.</p>
------------------------	--

Дата: _____

_____ (подпись)

_____ (ФИО обучающегося)