

## Практическое задание к модулю 5 программы «Бренд-менеджмент» (онлайн)

Уважаемый Слушатель!

В конце программы Вам предстоит защитить итоговую работу – план по разработке бренд-стратегии или коммуникационной стратегии вашей компании/товаров и пр. (примеры формулировок итоговых работ Вы найдете в Шаблоне итоговой работы на обучающей платформе).

Каждое практическое задание представляет собой раздел этого план. Таким образом, выполняя задания в рамках модуля вы отрабатываете навык разработки плана.

**В пятом (а это финальное домашнее задание) Вам необходимо разработать программу интегрированных маркетинговых коммуникаций, а также запланировать мониторинг и список мероприятий непрерывных улучшений.**

*Используйте Шаблон для работы Мастерской.*

### **Первая часть работы «Интегрированный план маркетинговых коммуникаций»**

В продолжении работы, которую Вы начали ранее - разрабатывая коммуникационную стратегию бренда (см. Д.з. модуля 4), выполните следующие действия:

1. Предложите «большую идею», которая будет объединять все коммуникации, исходящие от вашего бренда / компании.  
Заполните шаблон:

<b>Идея</b>	<b>Обоснование</b>	<b>Чем отличается</b>	<b>Какие каналы (виды коммуникации) будут использованы</b>

2. Расположите все элементы вашего маркетингового плана в виде календарного плана (пример – в презентации вебинара «Разработка программы интегрированных маркетинговых коммуникаций»). Используйте предлагаемый шаблон в Excel (лист 1).

3. Запланируйте бюджет, который вы потратите в течение первого года, и распределите этот бюджет на типы активностей.

Проконтролируйте, чтобы было соблюдено условие бюджетирования 60% бренд-активации (долгосрочное строительство бренда) и 40% промо-активации (краткосрочная поддержка продаж).  
Используйте предлагаемый шаблон в Excel (лист 2).

**Вторая часть работы «Мониторинг исполнения программы маркетинговых коммуникаций. План непрерывных улучшений.**

1. Предложите метрики, которые вы будете регулярно отслеживать в процессе внедрения разработанной вами программы.

Какие метрики будете измерять на ежедневно / каждую неделю / каждый месяц / через полгода после начала кампании / через год?

Заполните прилагаемый шаблон:

Название Бренда: \_\_\_\_\_

<b>Метрика</b>	<b>Период</b>	<b>Обоснование</b>
x		
xx		
xxx		
....		

2. После 6 месяцев внедрения программы интегрированных маркетинговых коммуникаций Вы столкнулись с необходимостью сократить весь бюджет продвижения второго полугодия в 2 раза.

Как будет выглядеть Ваш план в этом случае?

Используйте предлагаемый шаблон в Excel (лист 3).

Здесь сделайте вывод – что изменилось, каким результатам приведёт.