

**Задание «Маркетинговые
коммуникации в различных
странах и регионах мира»**

Суть задания

- Цель - изучить особенности маркетинговых коммуникаций в различных странах и регионах мира
- Для этого необходимо подобрать в иностранных и российских источниках материалы, а затем:
 1. сделать презентацию
 2. подобрать креативную коллекцию типичных маркетинговых продуктов.

Обязательные части в презентации

- ❑ 1. **Общая характеристика страны** – географические особенности, численность и состав населения
- ❑ 2. **Характеристика экономики** страны и места рекламы в ней. Крайне желательно найти статистическую информацию
 - ВВП,
 - объем рекламного рынка,
 - рекламные расходы на одного жителя

Обязательные части в презентации

- **3. Особенности потребителей страны, нации, региона**
 - - этнические национальные ценности
 - - религиозные верования
 - - поведенческие характеристики (рациональность и эмоциональность)
 - - отношение к юмору
 - - гендерные взаимоотношения

Обязательные части в презентации

4. Особенности рекламы и других маркетинговых коммуникаций страны или региона

- - краткая история маркетинговых коммуникаций
- - регулирование рекламы, наличие рекламного законодательства
- - наиболее популярные медиа, распределение рекламоносителей в рекламном «пироге» (в процентном соотношении) и объяснения такого соотношения
- - крупнейшие рекламодатели
- - национальные и международные агентства-пидеры в стране или регионе

Обязательные части в презентации

5. Национальный и региональный креатив

- стереотипы и ограничения в социальной рекламе
- национальные бренды, имеющие широкую известность: краткое описание
- выдающиеся рекламные кампании и их идеи
- Знаменитые рекламисты, люди-бренды, участвующие в рекламе
- Примеры креатива в PR, директ-маркетинге, сейлз промоушн, социальной рекламе
- Наличие бренда территории, продвижение городов, страны, региона внутри и за рубежом.

Креативная коллекция

- **Креативная коллекция** включает лучшие образцы рекламы и других маркетинговых коммуникаций страны или региона (принты, ролики, фотографии мероприятий и т.д.). Необходимо подобрать такие образцы, которые характерны именно для этого места и раскрывают особенности национальных или региональных маркетинговых коммуникаций.
- Все образцы должны быть скачаны и присланы на почту преподавателя