

**Ответы на задания полуфинала заключительного этапа
Всероссийской олимпиады студентов «Я – профессионал»
Категория «Бакалавриат»**

Задание 1.

Футзалки оригинальные Nike, Adidas, Joma, Kelme. Доставка с примеркой за 3 дня.

домен > Футзалки оригин... Реклама

Более ста моделей футзалок от 6999 р.

Только оригинальный товар. Гетры в подарок.

· **Профессиональные модели** ·

AR-примерка

Nike

Mercurial, Tiempo, Lunargato

Adidas

Predator, Crazyfast, Copa Pure

Задание 2.

Структурный элемент	Текст сервисной рассылки
Тема письма	Имя пользователя, все «книги» раскрыты!
Прехедер	Поделитесь с нами впечатлениями о прошедшей акции
Хедер	Размещение в данной части письма логотипа книжного магазина с названием – «Бутик букв», оформленном в фирменном стиле сети, а также ссылки с возможностью перехода на сайт компании
Тело письма	<p>Благодарим Вас за участие в нашей акции «Mystery book»!</p> <p>Надеемся, Ваше знакомство с книжными стилистами оставило только приятные воспоминания, а книга подарила необыкновенные впечатления.</p> <p>Будем благодарны, если Вы оцените прошедшую акцию и поделитесь Вашими эмоциями!</p> <p>Мы всегда рады услышать отзыв о нашей работе.</p>

	<p>В данной части письма должны быть размещены две кнопки с рисунками, на которых должно быть написано:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. «Всё понравилось! Я всегда «за» такие эксперименты!»; 2. «Разочарование... Ожидания не оправдались». <p>После того, как пользователь ответил на вопрос, кнопки перебрасывают его на сайт с формой, в которой написано про дополнительный полный отзыв, который может оставить посетитель: «Расскажите, есть ли у Вас пожелания и предложения к проведенной акции «Mystery book»? Отвечать необязательно, но это поможет нам сделать акции лучше для Вас!»</p>
Футер	<p>Расположение в данной части письма ссылок на сайт в разделе «мы в социальных сетях», а также контактных данных в «свяжитесь с нами»</p>

Задание 6.

1. Бюджет=GRP*CPP

Ответ: 6 388 088 р.

2. $Reach (total) = 1 - (1 - Reach 1, \%) * (1 - Reach 2, \%) \dots * (1 - Reach N, \%)$

Ответ: Reach = 2,2% или 48 836,72

3. $F=GRP/Reach$

F=201,73

4. Необходимы правильные расчеты. Медиаагентство не справилось с задачей, был подобран медиамикс, который достигал охвата целевой аудитории в 2,2%, при средней частоте 202. Подобная частота рекламного сообщения может привести к рекламной слепоте. Перед медиаагентством стояла задача охватить не менее 70 % целевой аудитории, при частоте 6. При определении медиасплита необходимо обязательно ориентироваться на максимальный охват целевой аудитории (70%) за минимальную стоимость с заданной частотой (F=6). Сериалы, как правило, работают на увеличение частоты, а не охвата. Медиаагентству необходимо подобрать более охватные каналы.