

**Проект : «Я- рекламный агент!»  
по учебной практике  
по организации деятельности  
рекламного агентства  
(ПМ.05 Организация  
деятельности рекламного  
агента)**

# Цели и задачи практики

**Цель:** закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, полученных при изучении дисциплин на основе изучения деятельности рекламного агента.

## **Задачи:**

- ✓ приобретение практических умений и навыков по видам деятельности, рекламного агента;
- ✓ подготовка будущего рекламного агента к самостоятельной трудовой деятельности.

Рекламное агентство  
полного цикла  
«MEDOR»

# Критерии выбора заказчиком рекламного агентства

- ✓ Имидж агентства
- ✓ Уровень профессионализма агентства
- ✓ Перечень предоставляемых услуг
- ✓ Уровень цен, а также порядок и стоимость оплаты услуг
- ✓ Время создания рекламного агентства и опыт работы
- ✓ Творческий потенциал
- ✓ Способность агентства наладить взаимоотношения с клиентом
- ✓ Репутация рекламного агентства

# История рекламного агентства

- Специализация: РА полного цикла, BTL, креатив, брендинг, интернет-агентства, промо/HR
- Год основания: 2005

**2005** Начинается трудный путь развития маленького рекламного агентства в крупное : ИП Крутько под руководством Олега Крутько и Алексея Кокорина организует для своих клиентов промо-акции.

**2006** В августе агентство успешно аккредитуется в системах контекстной рекламы Яндекс.

**2013** Запуск отдела контроля MEDOR.

**2015** Открытие представительства в разных городах



**MEDOR. Мы поможем и вам  
стать известными!**

**MEDOR**  
ADVERTISING AGENCY

Местоположение: Россия, г. Москва

Юридический адрес: ул. Краснобогатырская, д.6,  
стр.5 (БЦ «Вилла Рива»)

Телефон: 8-(495)-933-97-32

8-(800)-505-54-32

Сайт: [www.mosreklama.net](http://www.mosreklama.net)



# Цели и задачи рекламного агентства

## Цель:

- ✓ Главной целью рекламного агентства «Medor» является качественное и оперативное изготовление и размещение рекламы на любых носителях. Проведение рекламных кампаний рекламным агентством полного цикла.

## Задачи:

- ✓ Создание рекламного продукта
- ✓ Реализация плана рекламной кампании

# Функции рекламного агентства

Агентство занимается планированием, подготовкой и *размещением* рекламы.

- Функции планирования заключаются в изучении потребителей, товара и рынка, в разработке творческой стратегии и стратегии использования носителя рекламы, в составлении сметы расходов.
- В функции подготовки входят написание текста, художественное оформление объявлений и их производство.
- Функции размещения включают в себя подготовку контрактов на покупку времени и места в средствах распространения рекламы.

# Организационная структура управления

- Президент
  - Вице-президент
    - Творческий отдел
      - Текстовики
    - Художник-дизайнер
- Вице-президент
  - Маркетинговый отдел
    - специалисты- аналитики
- Вице-президент
  - Отдел по работе с клиентом
    - контакторы
  - менеджеры
- Вице-президент
  - Финансово-экономический отдел
    - Бухгалтер-экономист

# Творческий отдел

- ✓ Творческий отдел объединяет текстовиков, художников, специалистов-графиков (дизайнеров), редакторов и др. Они осуществляют генерирование идей рекламного обращения, находят верные средства их реализации.
- ✓ Данный отдел выполняет функции по созданию различных видов рекламных средств и согласование их с заказчиками.

## Отдел по работе с клиентом

- ✓ Отдел исполнения заказов, в состав, которого входят руководитель и менеджеры, ответственные исполнители проектов или контакторы. Они представляют интересы заказчиков в своем агентстве и, наоборот, - агентство представлено в лице исполнителей во взаимоотношениях с заказчиком.
- ✓ Руководитель отдела продаж координирует всю работу внутри агентства по выполнению заказа от начала создания до его реализации.

## Отдел маркетинга

- ✓ В рамках этой службы собраны специалисты по средствам распространения рекламы, проведению исследований и мероприятий по стимулированию сбыта.
- ✓ В штат отдела входят специалисты- аналитики, разработчики планов использования носителей рекламы и закупщики места и времени.

# Финансово-экономический отдел

Функции финансово-экономического отдела:

- организация бухгалтерского учета;
- формирование и своевременное предоставление полной и достоверной бухгалтерской информации о деятельности рекламного агентства;
- планирование и управление денежными потоками;
- Разработка и осуществление мероприятий , направленных на укрепление финансовой дисциплины

# Область деятельности

- ✓ Широкоформатная печать
- ✓ Создание, монтаж/демонтаж наружной рекламы любой конфигурации и сложности;
- ✓ Профессиональные маркетинговые исследования;
- ✓ Оформление транспортной рекламы (наружной и внутренней);
- ✓ Любой вид полиграфии;
- ✓ Изготовление сувенирной продукции;
- ✓ Оформление интерьера жилых и нежилых помещений;
- ✓ Дизайнерские услуги.

# Управление агентством «Medor»

Высшим органом управления является общее собрание учредителей. Исполнительным органом управления является директор.

# Постоянный штат работников

- ✓ Директор- 1 чел.
- ✓ Бухгалтер-экономист- 1 чел.
- ✓ Менеджер- 2 чел.
- ✓ Маркетолог- аналитик- 1 чел.
- ✓ Художник-дизайнер- 2 чел.
- ✓ Специалист по компьютерным технологиям - 2 чел.
- ✓ Курьер – 1чел.
- ✓ Промоутер - 7чел.

# Должностные функции персонала

Директор:

- ✓ Осуществляет общее управление фирмой
- ✓ Издаёт приказы и распоряжения

Бухгалтер-экономист:

- ✓ Производит контроль за финансовым состоянием организации
- ✓ Производит ежедневный учет выручки и расходов

Менеджер

- ✓ Участвует в подборе производственного персонала
- ✓ Осуществляет руководство ходом выполнения работ
- ✓ Подготавливает проекты договоров с заказчиками

## Маркетолог- аналитик

- ✓ Разрабатывает комплексные планы рекламных компаний
- ✓ Проводит необходимые маркетинговые исследования
- ✓ Другая маркетинговая деятельность

## Художник-дизайнер

- ✓ Разрабатывает дизайн рекламной продукции
- ✓ Участвует в художественном оформлении выставок, презентаций

## Специалист по компьютерным технологиям

- ✓ Осуществляет подбор необходимого программного обеспечения
- ✓ Сопровождает программное обеспечение
- ✓ Участвует в разработке WEB-сайтов

# Рекламный брифа и его виды

**Бриф** (brief) - это письменный документ, который по существу является подробным техническим заданием, руководством к действию.

Виды брифа:

Маркетинговый бриф- описывает отношение к рынку и конкурентам, стратегию и цели кампании.

- Медиа-бриф- для планирования и проведения рекламной кампании.
- Креативный бриф- задание на создание рекламного продукта.
- Коммуникационный бриф- это описание ожидаемого коммуникационный эффект от потребителя.

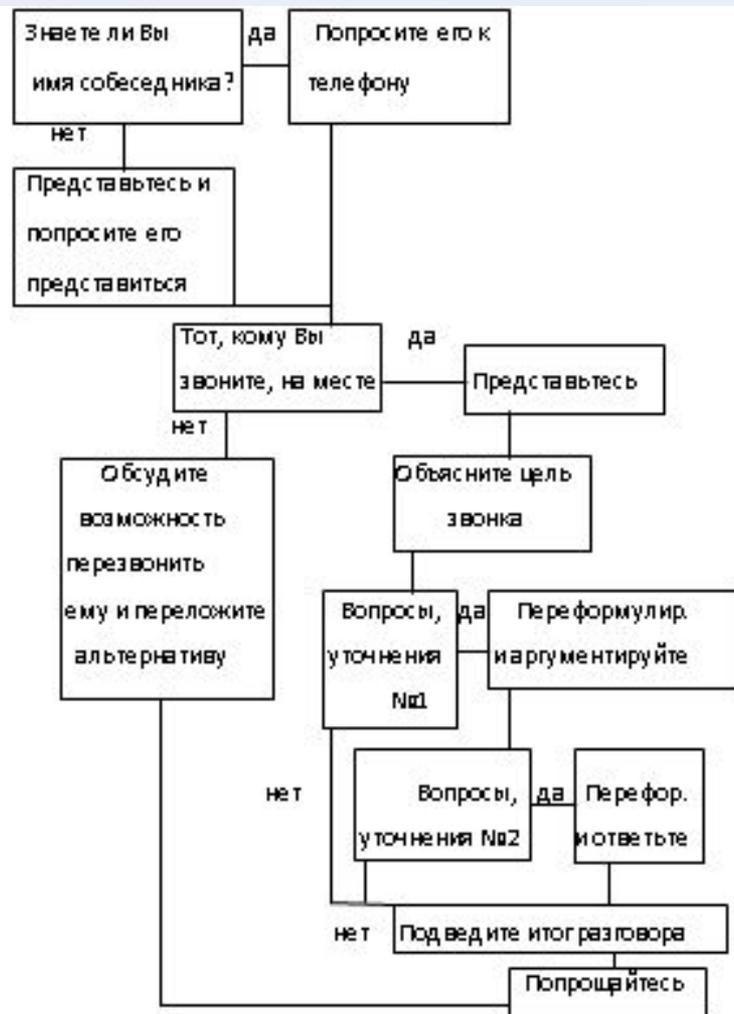
## Опрос по телефону

- 1) Могу ли я вам задать вопросы о нашем возможном сотрудничестве?
- 2) Вы когда-нибудь обращались в рекламные агентства?
- 3) Вас интересуют услуги по продвижению ваших товаров?
- 4) Мы сотрудничаем с многими крупными кампаниями, такими как avon, oriflame, Gillette. Вы видели рекламные ролики этих компаний?
- 5) Вам понравились эти ролики?
- 6) У вас есть продукция которую на данный момент хотите продвинуть?
- 7) Вы хотите что бы мы представляли ваш товар?
- 8) Нужна ли вам дополнительная информация о нашем агентстве?
- 9) Вы готовы сотрудничать с нашим рекламным агентством?
- 10) Когда вам удобнее встретиться и обговорить все условия подробнее?

# Прямая встреча

1. Вы готовы обсудить детали рекламы компании вашего товара?
2. Вам нужен телевизионный ролик вашей продукции?
3. Какой продолжительности должен быть рекламный ролик вашей продукции?
4. На каких каналах вы бы хотели видеть рекламный ролик?
5. В какое время суток вы хотите чтобы транслировали ваш рекламный ролик?
6. Вы хотите видеть полную версию рекламного ролика вашей продукции на протяжении нашего договора?
7. Вы хотите что бы ваша реклама была размещена на уличных щитах?
8. Какого вида рекламы Вы хотели у нас заказать из телевизионной рекламы?  
На какую аудиторию рассчитан ваш видеоролик ?
9. Какой вид печатной рекламы Вы бы хотели заказать?
10. Вы бы не хотели посмотреть наши буклеты и проспекты где мы выполняем подобную продукцию?
11. На какую сумму рассчитываете изготовление ролика и листовок?

# Телефонные переговоры клиентами





# Этапы взаимодействия заказчика и рекламного агентства

## 1 ЭТАП

- ✓ Встреча клиента
- ✓ Утверждение бюджета рекламной кампании
- ✓ Предложение и обсуждение идей по продвижению
- ✓ Назначение встречи для показа эскиза

## 2 ЭТАП

- ✓ Показ презентации о рекламной кампании
- ✓ Утверждение срока выполнения
- ✓ Утверждение срока оплаты
- ✓ Заключение договора

# Агентский договор

## Агентский договор на проведение рекламных кампаний

### Агентский договор на проведение рекламных кампаний

№ \_\_\_\_\_

г. Волгоград «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_ именуемое в дальнейшем «Принципал», в лице \_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_, одной стороны, и \_\_\_\_\_, именуемое в дальнейшем «Агент», в лице \_\_\_\_\_, действующей на основании \_\_\_\_\_, с другой стороны, именуемые в далее «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем:

## АГЕНТСКИЙ ДОГОВОР НА ОКАЗАНИЕ УСЛУГ ПО ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ (АГЕНТ ДЕЙСТВУЕТ ОТ СВОЕГО ИМЕНИ, НО ЗА СЧЕТ ПРИНЦИПАЛА)

АГЕНТСКИЙ ДОГОВОР № \_\_\_\_\_

на оказание услуг по информационно-рекламному обслуживанию

(Агент действует от своего имени, но за счет Принципала)

г. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ г.

\_\_\_\_\_ именуем \_\_\_\_\_ в дальнейшем "Агент", в лице \_\_\_\_\_, действующи \_\_\_\_\_ на основании Устава, с одной стороны, и \_\_\_\_\_, именуем \_\_\_\_\_ в дальнейшем "Принципал", в лице Генерального директора \_\_\_\_\_, действующи \_\_\_\_\_ на основании Устава, с другой стороны, совместно именуемые в дальнейшем "Стороны", заключили настоящий Договор о нижеследующем:

# Юридические аспекты взаимодействия заказчика и рекламного агентства

**На практике большая часть организаций работает по агентским договорам.**

Хозяйственные операции по агентским соглашениям регулируются [главой 52](#) ГК РФ.

**По агентскому договору одна сторона (агент) обязуется за вознаграждение совершать по поручению другой стороны (принципала) юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала либо от имени и за счет принципала ([статья 1005](#) ГК РФ).**



# Специфика профессии агента рекламного:

- Плюсы профессии:
- общение с заказчиками
- новые рекламные проекты.
- Минусы профессии:
- огромная конкуренция в сфере рекламы.

# Качества которыми должен обладать рекламный агент

- ✓ Ответственность
- ✓ Пунктуальность
- ✓ Коммуникабельность
- ✓ Нацеленность на результат
- ✓ Дисциплинированность
- ✓ Творческий подход к решению задач