

Задание 2

Обзор предприятий, работающих в сфере рекламы

1. Пользуясь 2ГИС (или иным подобным сервисом), необходимо **выявить предприятия**, работающие в сфере рекламы (подумайте, как вы сформулируете поисковый запрос – напишите в работе, какие поисковые запросы вы сформулировали и сколько предприятий всего по ним нашли).

Просмотреть сайты 30-50-ти предприятий из списка (в случайном порядке или в порядке, придуманном вами – напишите в работе, как вы их выбирали).

2ГИС: <https://2gis.ru/novosibirsk>. Там можно выбрать другой город, но есть не все города.

Если вашего города нет в 2ГИС, но вы знаете ситуацию в нем, то можно выполнять задание, минуя этот этап. Можете также писать не о своем городе, можете выбрать любой город России. В работе надо указать, обзор предприятий какого города вы пишете.

2. Составить **типологию** выявленных предприятий (в виде схемы, таблицы или списка). Поместить ее в свою работу.

3. **К каждому типу подобрать по 10 примеров** относящихся к нему предприятий (указать в работе только полные названия этих предприятий, перечислить списком).

4. **Из числа каждых 10-ти примеров выбрать по три предприятия** для подробной характеристики.

В характеристике предприятий должны содержаться:

- название предприятия, профиль его работы, миссия (лозунг, девиз, идеология, если есть), стиль,
- анализ самопрезентации предприятия (анализ сайта: содержание и стиль текста о предприятии, визуальный аспект, интерфейс, информационная наполненность, презентация команды, если есть и др., что вы об этом обо всем думаете),
- анализ отзывов о его работе (на каком ресурсе, сколько каких, какие черты в каких отзывах чаще всего отмечают, ваши выводы),
- анализ самих работ предприятия (выберите и приведите наиболее понравившуюся работу или проект предприятия, укажите причину своего выбора),
- развернутое описание (от 3-х предложений) вашего впечатления об этом предприятии и его работах.

ВАЖНО!

Нельзя и не нужно в этом задании просто копировать информацию с сайтов предприятий и вставлять в свою работу.

Важно написать, что именно вы думаете по каждому поводу, как именно вы относитесь к различным фактам, что заставило вас подумать именно так? Если вы для иллюстрации своих суждений, для аргументации своей точки зрения цитируете текст с сайта, необходимо взять его в кавычки, отметить, что этот текст размещен на сайте, и написать, что именно вы хотите этой цитатой показать.

Большим плюсом будет, если вы найдете в Интернете экспертные обзоры рынка рекламных услуг той территории, по которой пишете работу. Ссылаться на такие работы

можно и нужно, можно и нужно приводить выводы таких исследований. При этом важно отметить, чьи это выводы, где вы их взяли, где граница вашего рассказа о чьих-то выводах и собственных рассуждений. *Главное – ваши рассуждения и ваша собственная попытка анализа ситуации, осмысления профессиональной среды.*

Оформление работы. В виде текста с элементами типа рисунок, схема, таблица (на ваш выбор, в соответствии с целесообразностью и здравым смыслом). Объем работы 10 -15 печатных страниц. Шрифт Times New Roman, кегль 14, межстрочный интервал 1,5.

Обзор предприятий, работающих в сфере рекламы

Для составления обзора я выбрал город такой-то потому, что.....

С помощью 2ГИС (или с помощью чего-то другого – чего?) по таким-то поисковым запросам мне удалось выявить столько-то предприятий, работающих в сфере...

По такому-то основанию (по такому-то признаку) я составил следующую типологию: тут ее приводите, излагаете, рисуете и т.д. Около каждого типа перечисляете 10 примеров конкретных предприятий, относящихся к этому типу. Основание для типологии нужно найти самому.

Примечание

Пример поиска оснований для типологии. Представьте, пожалуйста, коробку с цветными пуговицами. Их можно поделить на кучки по цвету (желтые, красные и т.д.), по форме (круглые, квадратные, треугольные и т.д.), по отношению к стандарту (стандартные и нестандартные) и т.д. это и есть основания для типологии или принципы, которые лежат в основании типологии.

Применительно к предприятиям, работающим в сфере рекламных услуг, можно подумать вот о чем... Есть рекламные агентства полного цикла (те, которые оказывают полный комплекс возможных услуг), есть специализированные предприятия (те, которые специализируются на небольшом количестве услуг – одни, например, организуют мероприятия, другие – занимаются наружной рекламой и т.д.)... Ищите)

Предприятия такого-то типа

Почему я выбрал для подробной характеристики именно эти три предприятия?..

Название первого предприятия. Подробная характеристика первого предприятия....

Название второго предприятия. Подробная характеристика второго предприятия....

Название третьего предприятия. Подробная характеристика третьего предприятия....

Предприятия такого-то типа

Почему я выбрал для подробной характеристики именно эти три предприятия?..

Название первого предприятия. Подробная характеристика первого предприятия....

Название второго предприятия. Подробная характеристика второго предприятия....

Название третьего предприятия. Подробная характеристика третьего предприятия....

Предприятия такого-то типа

Почему я выбрал для подробной характеристики именно эти три предприятия?..

Название первого предприятия. Подробная характеристика первого предприятия....

Название второго предприятия. Подробная характеристика второго предприятия....

Название третьего предприятия. Подробная характеристика третьего предприятия....

В финале – ваш вывод по выполненному обзору.