|  |
| --- |
| **ФОРМА 8 АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР РЕКЛАМЫ В СМИ**  |
|  | **Ответы** |
| 1. Вид СМИ | 🞏 ТВ🞏 Интернет (ПЕРЕЙДИТЕ К В6) |
| 2. Дата День/Месяц/Год | \_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_  |
| 3. Время дня | |\_\_\_|\_\_\_| часов:|\_\_\_|\_\_\_| минут |
| 4. Время трансляции | |\_\_\_|\_\_\_| минут:|\_\_\_|\_\_\_| секунд🞏 Измерить время не представлялось возможным |
| 5. Канал | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(ПЕРЕЙДИТЕ К В10) |
| 6. Вид СМИ | 🞏 Производитель продуктов для детского питания🞏 Журналы/онлайновые форумы для матерей 🞏 Онлайновые предприятия розничной торговли |
| 7. Вид канала | 🞏 Веб-сайт🞏 Facebook🞏 Twitter🞏 YouTube🞏 Instagram🞏 Другое (уточните \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) |
| 8. Номера файлов с фотографиями или снимками экрана | С\_\_ \_\_ \_\_По \_\_ \_\_ \_\_ |
| 9. Ссылка на веб-сайт  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 10. Вид стимулирования продаж | 🞏 Реклама🞏 Информационное сообщение🞏 Интервью🞏 Новостной репортаж🞏 Мнение/анализ/дебаты🞏 Вирусная реклама, поощряющая матерей связаться с другими матерями по вопросам, имеющим отношение к конкретным продуктам или торговым маркам🞏 Лотереи и промоакции🞏 Членство в клубах🞏 Поощрительные награды за приобретение продуктов🞏 Другое (уточните \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) |
| 11. Типы продуктов, упоминаемые в рекламе (ОТМЕТЬТЕ ВСЕ, ЧТО ПРИМЕНИМО) | 🞏 Детская питательная смесь (0+ месяцев)🞏 «Последующая» смесь/ молочная смесь второго уровня (6+ месяцев)🞏 Молочная смесь третьего уровня (12+ месяцев)🞏 Любые другие виды молока для детей от 0 до 36 месяцев🞏 Любой другой продукт питания или напиток для грудных детей (0-6 месяцев)🞏 Коммерческий продукт или напиток для прикорма (6+ месяцев)🞏 Бутылочки и соски для кормления 🞏 Ни один из конкретных продуктов |
| 12. Компания (**НАПИШИТЕ «НЕСКОЛЬКО»", ЕСЛИ УПОМИНАЕТСЯ БОЛЬШЕ ОДНОЙ КОМПАНИИ; НАПИШИТЕ «НЕПРИМЕНИМО», ЕСЛИ НЕ УПОМИНАЕТСЯ НИ ОДНА КОМПАНИЯ)** | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 13. Торговая марка (**НАПИШИТЕ «НЕСКОЛЬКО», ЕСЛИ УПОМИНАЕТСЯ БОЛЬШЕ ОДНОЙ ТОРГОВОЙ МАРКИ; НАПИШИТЕ «НЕПРИМЕНИМО», ЕСЛИ НЕ УПОМИНАЕТСЯ НИ ОДНА ТОРГОВАЯ МАРКА)** | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 14. На каком языке (языках) представлен данный материал?  | 1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_3\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_4\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 15. Содержит ли материал какие-либо сообщения о преимуществах конкретных продуктов? | 🞏 Да🞏 Нет (ЗАВЕРШИТЬ) |
| 16. ЕСЛИ ОТВЕТ НА В16 УТВЕРДИТЕЛЬНЫЙ, в чем заключаются эти сообщения? (Отметьте все, что применимо) | 🞏 Новый/улучшенный продукт🞏 Удобный в использовании🞏 Сходный с грудным молоком🞏 Здоровый 🞏 Питательный 🞏 Защищает от болезней 🞏 Способствует росту ребенка🞏 Повышает интеллект ребенка🞏 Способствует развитию ребенка🞏 Способствует формированию иммунной системыДругое (уточните \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) |
| 17. Если речь идет о рекламе продуктов для прикорма, напоминают ли цветные схемы, рисунки, наименования торговых марок, слоганы или эмблемы в виде персонажей аналогичные изображения на заменителях грудного молока, изготавливаемых тем же производителем? | 🞏 Да🞏 Нет |