3. Антимонопольные органы приняли решение о запрете ненадлежащей рекламы Самарской фабрики мороженого, которая допускала сравнения с товарами компании «Марс», утверждая, что мороженое «САМПО» гораздо вкуснее и дешевле или что продукция фабрики «САМПО» стоит в одном ряду с Дав, Марс, Сникерс, Баунти, отличаясь лишь ценой: «она значительно ниже, вы платите только за мороженое, не оплачивая тяжелый труд таможенников, переводчиков и посредников».

Представители фабрики не смогли документально подтвердить достоверность информации, приводимой в рекламе, и заявили, что сравнительный анализ качеств мороженого фабрики «САМ-ПО» и компании «Марс» вообще не проводился. В связи с этим Самарская фабрика мороженого признана нарушившей Закон о рекламе.

Какие ошибки при разработке рекламы допустила Самарская фабрика мороженого «САМ-ПО»? В чем выражается недобросовестность рекламы фабрики «САМ-ПО»?

Известная российская кондитерская фабрика в течение одного года полностью перестроила свой производственный цикл, поставив современное оборудование и применяя современную технологию. За этот период фабрика утратила рынок сбыта, на котором обосновались иностранные предприятия. Разрабатывая маркетинговую программу, маркетологи решили обратить особое внимание на восстановление прежнего имиджа и торговой марки фабрики.

**· Предложите маркетинговые мероприятия, которые необходимо провести фабрике.**

**· Какие аргументы в пользу продукции фабрики могут быть восприняты российскими покупателями?**

**· Какие мероприятия по формированию общественного мнения необходимы?**