



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ДГТУ)**

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

На тему «Разработка рекламной стратегии предприятия  
социально-культурного сервиса (на примере ООО  
«Торговый Дом «Памира»))»

Автор дипломной работы Каплиева Анастасия Юрьевна  
Обозначение дипломной работы ВКР 43.03.01.310000.00 БР Группа ПСЗС 52  
Направление Сервис  
Научный руководитель Давыдова Екатерина Павловна

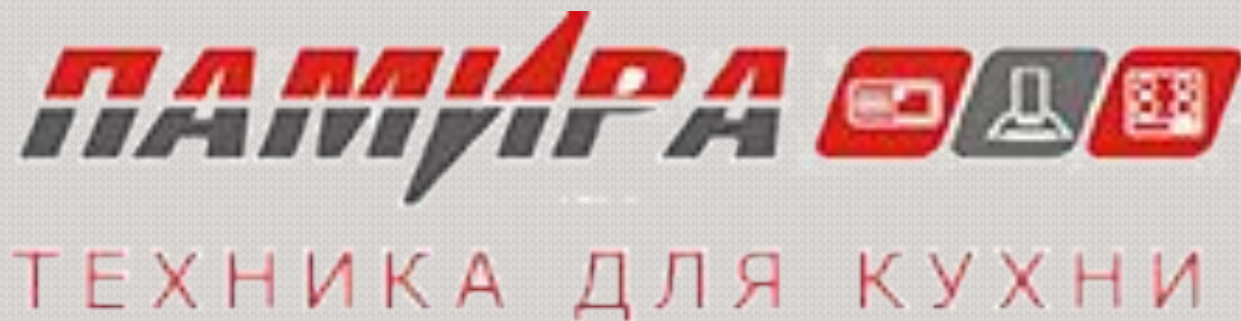
Ростов-на-Дону  
2018

**Цель исследования работы** – изучение роли рекламы в деятельности предприятия социально-культурного сервиса на примере компании ООО «Торговый Дом «ПАМИРА»

В соответствии с поставленной целью в выпускной квалификационной работе ставятся и решаются следующие **задачи:**

- изучить деятельность и организационную структуру предприятия ООО «Торговый Дом «Памира»;
- определить действующую рекламную стратегию;
- разработать рекламное мероприятие с целью совершенствования рекламной стратегии предприятия;
- оценить экономическую эффективность разработанной рекламной компании.

**Объектом исследования** выпускной квалификационной работы выступают механизмы планирования рекламной стратегии для предприятия социально-культурного сервиса



**Предмет исследования** – рекламная стратегия предприятия ООО «Торговый Дом «Памира»



Реклама оказывает социально-культурное и психологическое влияние на потребителя.

Реклама играет важную роль в конкурентной борьбе предприятий.



## Этапы разработки рекламной стратегии:

- изучить продукт фирмы;
- изучить потребителей и предполагаемый рынок сбыта;
- определить смету расходов;
- выбрать форму рекламы;
- составить текст, сценарий рекламных сообщений;
- изготовить само рекламное сообщение: составление оригинал-макетов, съемка или запись роликов.

ООО «Торговый Дом «ПАМИРА» является официальным партнером крупнейших мировых производителей кухонной техники:

Faber  
Whirlpool  
Smeg  
Electrolux  
AEG  
Teka  
Franke

## Рекламная стратегия включает в себя:

1. Создание Web-сайта;
2. Продвижение с продвижение с помощью контекстной рекламы Яндекс.Директ;
3. Размещение рекламы в социальных сетях.



# Затраты на реализацию проекта

Затраты компании	руб/мес	руб/год
Маркетинговое исследование		75 000
Разработка и поддержка интернет-сайта		55 000
	5 000	60 000
Продвижение в социальных сетях	53 000	636 000
ИТГО		826 000



# Расчет показателей эффективности после внедрения мероприятий

Наименование показателя	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий	Изменения	
			+/-	%
Выручка, руб	96 053 835	114 304 064	18 250 229	119
Себестоимость, руб	70 119 200	83 441 848	13 322 648	119
Балансовая прибыль, руб	25 934 635	30 862 216	4 927 581	119
Рентабельность продаж, %	27	27	0	0

Рентабельность проекта составит 27%, что является показателем высокой эффективности внедрения данных мер.

Срок окупаемости инвестиций составит два месяца.





**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**