



# Кейс: ООО "Флагман-Пресс"

## Презентация курсовой работы :

### Античный полис Северного Причерноморья

ФИО :

Джуана Эвелин Стоянов

Статус участников :

студентка 1-го курса специалитета  
факультета " Теория и практика перевода"  
ФГАОУ ВО "Севастопольский государственный университет"

Научный руководитель : Варлагина Мария Викторовна, старший преподаватель  
кафедры "Теория и практика перевода"

# Решаемая проблема , цель , задачи работы

- Проблема : Россияне не заинтересованы в путешествиях по стране .
- Цель работы : Увеличить популярность водного туризма внутри страны. Обратить внимание жителей и гостей на исторические памятники России. Показать туристическую сферу государства с новой стороны.
- Задачи:
  - 1. Найти опорный материал
  - 2. Написать статью
  - 3. Сделать фотографии
  - 4. Составить презентацию

# Концепция решения кейса

Методы решения кейса:

1. Создание профиля в популярной социальной сети Инстаграмм , для привлечения внимания молодежи.
2. Разработка концепта развлекательной программы для освещения проекта на телевидении или в интернете.
3. Создание буклетов для презентации туристических объектов.
4. Разработка статей для привлечения внимания с помощью печатных изданий.

# Анализ возможных вариантов решения кейса:

- **Лучший мировой и российский способ решения проблемы**
- - создание и распространение буклетов с информацией о туристических объектах с помощью социальных сетей Instagram, Pinterest, Vkontakte, Facebook, Стаканчик
- - краткие рекламные ролики на телевидении, youtube
- • **Определение основных рисков**
- - реклама может оказаться слишком затратной и неэффективной вследствие сложной экономической ситуации в стране.
- - туристический сезон лета 2020 под угрозой в связи с распространением вируса Covid-19
- • **Прогнозирование результата:**
- - интересные статьи, реклама и чек-листы должны вызвать интерес общественности, особенно среди людей, которые любят путешествовать

# Обоснование лучшего решения

1. создание и раскрутка аккаунтов в Instagram и YouTube
2. покупка рекламы у аккаунтов, связанных с путешествиями
3. создание гайда по путешествиям в России
4. создание информативных постов и видео о туристических местах России, в формате популярного “Орел и Решка”

CAC:

5 000 р (примерная стоимость одной рекламы в среднем блоге с аудиторией до 50 000 тысяч человек)

# Результаты работы

## **Предложения для практического использования**

Итоговое решение - для привлечения туристов необходимо задействовать социальные сети для создания блогов на разных площадках

**Обоснование эффективности предлагаемого решения** - большинство россиян (81% по данным журнала Digital за 2020 год) использует социальные сети. Больше половины этого количества – люди, заинтересованные в путешествиях и имеющие на это возможность.