

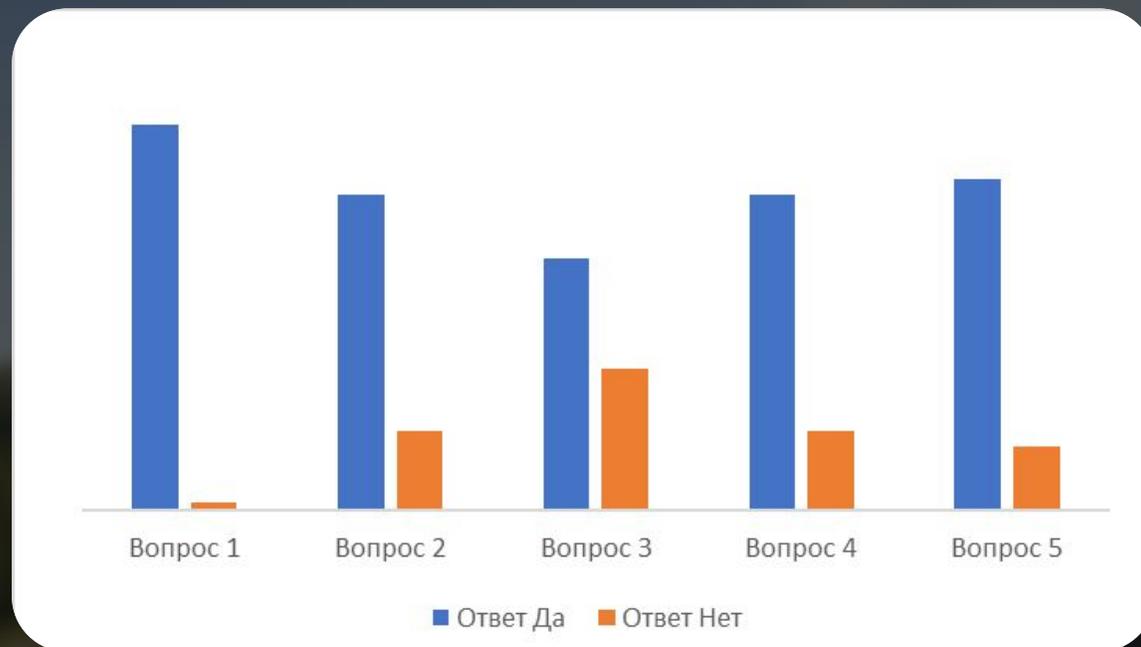
ЭКЗАМЕН КВАЛИФИКАЦИОННЫЙ ПО
ПМ. 03. «МАРКЕТИНГОВОЕ И
ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО
ПРОДУКТА»

Выполнила: студентка группы Р-211 Дроздова А.

Сегментирование рынка музея-усадьбы «Кусково»

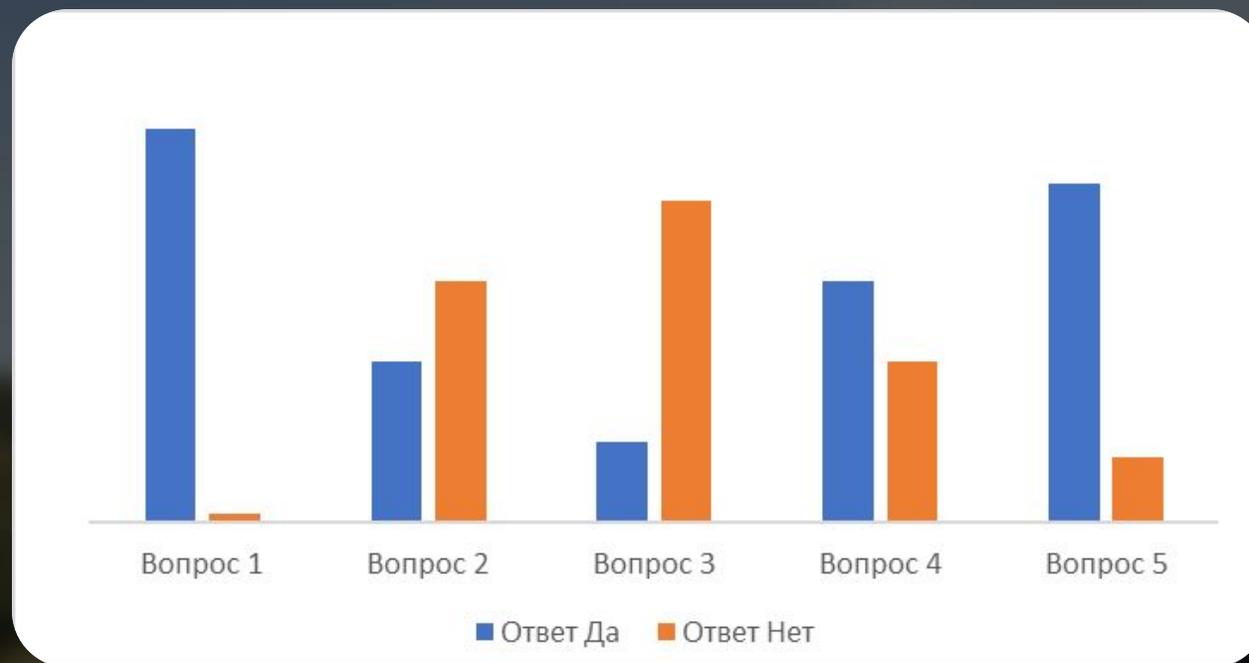
Признак сегментации	Сегмент
Возрастной	От 18-ти лет
Доход	Минимальный доход от 50-ти тысяч рублей в месяц
Ценности	Интеллектуальные, духовные, эмоциональные, профессиональные, культурные
Мотив покупки	Потребитель удовлетворяет потребности в целях отдыха и досуга, расширения кругозора и познания неизведанного, для развлечения
Семейное положение	Не учитывается
Стиль жизни	Активный
Географический	Российская Федерация

Выявление требований целевых групп потребителей



Результаты анкетирования **детей** и **родителей**

Выявление требований целевых групп потребителей



Результаты анкетирования **детей** и **родителей**

Средства маркетинга

Элемент комплекса маркетинга	Описание
Товар (услуга)	Проведение экскурсий и свадеб, организация мероприятий, катание на лодках, чаепитие и обеды для экскурсионных групп, фуршеты, банкеты.
Цена	Стратегия скользящих цен.
Сбыт	Непосредственные продажи, официальный сайт музея-усадьбы «Кусково».
Реклама	Интернет-реклама (через социальные сети: Facebook, Twitter, Instagram, Вконтакте, YouTube), E-mail рассылка, печатная и телевизионная реклама.
Персонал	Профессионалы в области истории и реставрации: по сохранению объектов культурного наследия, научной реставрации музейных предметов, по эксплуатации и содержанию объектов музея и территории парка, по керамике и стеклу, научно-просветительной работы и музейных программ, экскурсоводы. Также в музее работает директор и главный бухгалтер.
Процесс	Слаженная, оперативная и качественная работа компетентных сотрудников по предоставлению оказываемых ими услуг.
Физические характеристики	Услуги оказываются, используя архитектурно-ландшафтные памятники исторической усадьбы графов Шереметевых и уникальные художественные коллекции.

Жизненный цикл компании

На данном этапе музей-усадьба «Кусково» активно занимается продлением конкурентных преимуществ своих услуг в области организации мероприятий, экскурсий и мастер-классов:

- ❖ улучшая качество обслуживания (компетентность персонала);
- ❖ внося коррективы с целью разнообразить экскурсионные программы и мастер-классы, фестивали и банкеты, повышая тем самым спрос на услуги и расширение сегмента рынка за счет привлечения новых потребителей;
- ❖ разрабатывая новые активности (проведение различных квестов для подростков и молодежи);
- ❖ закупая оборудования для мастер-классов;
- ❖ Активно оповещая о новых услугах как в социальных сетях (Facebook, Instagram, Twitter), так и на официальном сайте «Кусково»;
- ❖ информируя потенциальных клиентов благодаря печатной рекламе (листовки, буклеты и т.д.).



СТАДИЯ РАЗРАБОТКИ ВНЕДРЕНИЕ НА РЫНОК РОСТ ЗРЕЛОСТЬ

Продвижение продукта на рынок

Инструменты продвижения музея-усадьбы «Кусково»	Обоснование выбора инструмента продвижения компании Преимущества инструмента продвижения компании	Юридические нормы и ограничения
<p>1. Интернет реклама (социальные сети, E-mail рассылка)</p>	<p>1. Более точный таргетинг (четкое определение целевой аудитории). 2. Возможность охватить целевую аудиторию за границей. 3. Не требует больших финансовых вложений.</p>	<p>1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.12.2020) "О рекламе" Статья 8. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи.</p>
<p>2. Печатная реклама</p>	<p>1. Оперативность изготовления. 2. Отсутствие информации о конкурентах. 3. Не требует больших финансовых вложений.</p>	<p>1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.12.2020) "О рекламе" Статья 12. Сроки хранения рекламных материалов. 2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.12.2020) "О рекламе" Статья 16. Реклама в периодических печатных изданиях.</p>

Продвижение продукта на рынок

<h3>3. Телевизионная реклама</h3>	<ol style="list-style-type: none">1. Широкий охват аудитории.2. Фактор престижа.3. Продвижение не напрямую, а через различные передачи: новости, кино, исторические передачи. Музей получает дополнительную прибыль.	<ol style="list-style-type: none">1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.12.2020) "О рекламе" Статья 8. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.12.2020) "О рекламе" Статья 13. Предоставление информации рекламодателем.3. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.12.2020) "О рекламе" Статья 14. Реклама в телепрограммах и телепередачах.4. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.12.2020) "О рекламе" Статья 17. Реклама, распространяемая при кино- и видеообслуживании.
<h3>4. Проведение выставок вне музея</h3>	<ol style="list-style-type: none">1. Большой шанс нахождения новых партнеров.2. Большой охват аудитории как первичной (посетителей), так и вторичной (через СМИ).3. Продвижение услуг в физическом виде.	<ol style="list-style-type: none">1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.12.2020) "О рекламе" Статья 7. Объекты рекламирования, реклама которых не допускается.2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.12.2020) "О рекламе" Статья 9. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий3. Закон РФ "О средствах массовой информации" (о СМИ) N 2124-1.

Медиа планирование

План – график рекламной кампании

Инструменты продвижения	Календарный месяц												Итого	
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12		
Контекстная реклама в сервисе YouTube, с опцией перехода в официальный интернет-магазин компании	25 00 ру б.		250 0 руб		25 00 ру б.		25 00 ру б.			2500 руб.		250 0 руб		
Реклама в социальной сети Вконтакте	30 00 ру б.				30 00 ру б.					3000 руб.				
Реклама в социальной сети Instagram			400 0 руб				40 00 ру б.					400 0 руб		
Реклама в социальной сети Facebook		15 00 ру б.		15 00 ру б.		15 00 ру б.		15 00 ру б.		150 0 руб		150 0 руб		
Реклама в социальной сети Twitter		30 00 ру б.		30 00 ру б.		30 00 ру б.		30 00 ру б.		300 0 руб		300 0 руб		
Печатная реклама			300 0 руб				30 00 ру б.					300 0 руб		
Всего	55 00 ру	45 00 ру	950 0 руб	45 00 ру	55 00 ру	45 00 ру	95 00 ру	45 00 ру		5500 0 руб.	450 0 руб	950 0 руб	450 0 руб	руб.

SWOT - анализ музея-усадьбы «Кусково»

	Возможности	Угрозы
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поиск новых партнеров. 2. Разработка и введение квестов для молодежи. 3. Выход на новые рыночные сегменты. 4. Проведение более эффективных рекламных кампаний. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Посезонный спрос. 2. Малая конкурентоспособность. 3. Введение QR-кодов. 4. Плохая транспортная доступность.
Сильные стороны	Сильные ст.+возможности	Сильные ст.+угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие огромной территории. 2. Наличие взаимосвязи между подразделениями. 3. Проведение обменных и передвижных выставок. 4. Аренда территории для фильмов, новостей, фэшн-съемок и видео. 5. Широкий ассортимент экскурсий, фестивалей, мастер-классов. 6. Широкий выбор дополнительных услуг. 7. Активная интернет-реклама в соцсетях. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сильная сторона 3,4 поможет реализовать возможность 1. 2. Сильная сторона 1,2 поможет реализовать возможность 2. 3. Сильная сторона 2,6 поможет реализовать возможность 3. 4. Сильная сторона 3,4,6 поможет реализовать возможность 4. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сильная сторона 5,6,7 нейтрализует угрозу 1. 2. Сильная сторона 1,5,6 нейтрализует угрозу 2. 3. Сильная сторона 1,6 нейтрализует угрозу 3. 4. Сильная сторона 2,3,4 нейтрализует угрозу 4.
Слабые стороны	Слабые ст.+возможности	Слабые ст.+угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Слабая мотивация сотрудников. 2. Постоянный износ оборудования. 3. Финансовая нестабильность музея. 4. Редкое внедрение услуг, основанных на современных технологиях. 5. Неэффективность рекламных кампаний. 6. Отсутствие скидок, акций, подарочных сертификатов. 7. Отсутствие интереса к услугам среди молодежи. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Слабая сторона 1,4,5 помешает реализовать возможность 1. 2. Слабая сторона 1,2,3,4,5 помешает реализовать возможность 2. 3. Слабая сторона 1,5,7 помешает реализовать возможность 3. 4. Слабая сторона 1,3 помешает реализовать возможность 4. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Слабая сторона 1,4,5,7 усугубит угрозу 1. 2. Слабая сторона 1,3,4,5,6 усугубит угрозу 2. 3. Слабая сторона 4,5,6 усугубит угрозу 3. 4. Слабая сторона 3,5 усугубит угрозу 4.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



КУСКОВО
KUSKOVO