

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт педагогики, психологии и социологии
Кафедра социологии

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 Д.О. Труфанов

« 05 » 06 2016 г.



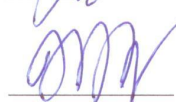
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

030602.65 Связи с общественностью

РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ КОНДИТЕРСКОЙ СТУДИИ

Научный руководитель  доцент, канд. филос. наук А. П. Павлов

Выпускник



Т. В. Гафарова

Красноярск, 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ.....	7
1.1. Основные принципы планирования и организации рекламной кампании	7
1.2. Проблема оценки эффективности рекламной кампании	38
ГЛАВА II. АНАЛИЗ РЫНКА КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.	46
2.1. Анализ деятельности компании «Суфудэ»	46
2.2. Оценка деятельности конкурентов.	53
ГЛАВА III. ПРОВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ.....	64
3.1. Описание рекламной кампании кондитерской студии	64
3.2. Оценка эффективности рекламной кампании.....	70
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	77
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	79
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	83
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	84
ПРИЛОЖЕНИЕ В.....	85
ПРИЛОЖЕНИЕ Г.....	86
ПРИЛОЖЕНИЕ Д.....	87
ПРИЛОЖЕНИЕ Е.....	88
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж.....	89
ПРИЛОЖЕНИЕ З.....	90
ПРИЛОЖЕНИЕ И.....	91
ПРИЛОЖЕНИЕ К.....	92
ПРИЛОЖЕНИЕ Л.....	93
ПРИЛОЖЕНИЕ М.....	94

ПРИЛОЖЕНИЕ Н.....	95
ПРИЛОЖЕНИЕ О.....	100
ПРИЛОЖЕНИЕ П.....	101

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время общественное питание является одним из наиболее быстроразвивающихся видов бизнеса. Как на красноярском, так и на российском рынке постоянно появляются заведения общественного питания различных форматов. Данная работа посвящена рекламной кампании кондитерской студии.

Существует необходимость проведения рекламной кампании, связанная с двумя обстоятельствами. Во-первых, для любого предприятия одной из основных целей деятельности является повышение прибыли, которое может быть достигнуто благодаря росту сбыта. Необходимость стабильного роста сбыта является первым фактором, обуславливающим актуальность кампании. Вторым фактором, определяющим актуальность кампании, является необходимость создания и закрепления положительного образа кондитерской студии в сознании потребителей.

Следует отдельно отметить, что закономерности создания и продвижения имиджа кондитерской студии, рассмотренные нами в теоретической части, а равно и общая структура рекламной кампании, приведённая в практической части работы, могут быть перенесены на любую другую кондитерскую студию. Таким образом, тема дипломной работы имеет прямое отношение к продвижению любой кондитерской студии, а полученные результаты могут быть распространены.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка и проведение рекламной кампании кондитерской студии.

Для достижения поставленной цели были сформулированы и решены следующие **задачи**:

1. Рассмотреть основные принципы планирования и организации рекламной кампании;
2. Изучить проблему оценки эффективности рекламной кампании;
3. Проанализировать деятельность компании «Суфудэ»;

4. Оценить деятельность конкурентов компании «Суфудэ»;
5. Описать рекламную кампанию кондитерской студии;
6. Оценить эффективность рекламной кампании кондитерской студии.

Объект работы: кондитерская студия.

Предмет работы: рекламная кампания кондитерской студии.

Теоретические и методологические основы работы

В исследовании был использован теоретический анализ литературных источников, а также методы: сравнение, статистическая обработка и анализ полученных данных. Теоретической основой исследования являются работы авторов Д. Огилви, Голубкова Е.П, Андреева О. Д., Панкрухина А.П. Шубина И. Б. Периодическая литература: «Секрет Фирмы», «Где должна быть ваша реклама». В работе также используются результаты исследований компании «Суфудэ».

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что разработанная рекламная кампания используется для увеличения объема заказов и создание благоприятного образа компании в целом. Последовательность реализации этапов рекламной кампании кондитерской студии может быть формализована и использована в рамках других рекламных кампаний аналогичных организаций.

Структура работы: работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы, приложений.

Во введении обоснована актуальность работы, сформулирована цель, определены задачи ее реализации, определены объект и предмет исследования, указана практическая ценность работы.

В первой главе описаны основные этапы рекламной кампании, раскрыты аспекты разработки рекламной кампании, рассмотрены методы оценки эффективности рекламы.

Во второй главе дана характеристика компании, описана деятельность кондитерской студии, сформулирована значимость студии для фирмы «Суфудэ», проведен анализ конкурентов.

В третьей главе описана рекламная кампания кондитерской студии. Дана характеристика целевой аудитории, целей, основной идеи рекламной кампании, рассмотрены инструменты размещения рекламы. Проведена оценка эффективности рекламной кампании кондитерской студии.

Заключение содержит основные выводы, соотносимые с целью и задачами дипломной работы.