

## АННОТАЦИЯ

**Выпускная квалификационная работа на тему:**  
«Технология отстройки от конкурентов в процессе продвижения услуг

(на примере деятельности медиа-агентства  
«PRодвижение26»»

**Автор:** Хохлова Д.О.

**Научный руководитель:**

Рахно Наталья Вадимовна

Стр. 77, библиограф. назв. 77

Ключевые слова: продвижение, реклама, связи с общественностью, маркетинг, отстройка от конкурентов, услуги, сервис, рынок услуг.

**Актуальность темы** Актуальность темы исследования обусловлена тем, что рынок услуг в современном мире сегодня становится популярным.

Сегодняшний потребитель постоянно находится в состоянии стресса (информационного как минимум), перегружен работой и страдает от нехватки свободного времени.

Тем самым, и потребитель и производитель услуг, стремятся к созданию максимально комфортной среды.

Интернет магазины заменяют реальный шопинг, книги больше не покупают, а «закачивают» в телефон, вещи относят в химчистку, обеды и ужины привозят готовыми.

Более того, услугу сегодня принято понимать, как прежде всего желание клиента. Хорошая и уникальная услуга – это предугаданное желание клиента.

Однако, берясь за внедрение механизмов продвижения и отстройки от конкурентов в вопросе услуг, важно все-таки разбираться и в научных терминах.

Как говорил Карл Маркс: «Услугу необходимо понимать, как особую потребительскую стоимость, полученную определенной трудом, так, как и любой другой товар; но особенность потребительной стоимости услуги заключается в том, что труд определяет услуги и не как вещь, а как деятельность».

Вот почему сегодня одним из самых дорогих нематериальных капиталов становится «Потребительский капитал», под которым принято понимать стоимость взаимоотношений клиента и потребителя.

Современный экономический словарь трактует услуги как «виды деятельности, работ, в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже существующего, созданного продукта». Это блага, предоставляемые не в виде вещей, а в форме деятельности. Таким образом, именно предоставление услуг создает желаемый результат.

**Объект исследования:** роль услуг в современном обществе;

**Предмет исследования:** механизмы отстройки от конкурентов в процессе продвижения услуг (на примере деятельности медиа-агентства «PRодвижение26»).

**Цель работы:** разработка рекомендательного комплекса по продвижению и отстройке от конкурентов услуг, предоставляемых медиа-агентством «PRодвижение26».

Для достижения поставленной цели, необходимо **решение следующих задач:**

- проанализировать понятие «услуги» и ее роль в современном мире;
- изучить основные pr-технологии продвижения;
- дать характеристику деятельности медиа-агентства «PRодвижение 26»;
- разработать комплекс рекомендаций по продвижению и отстройке от конкурентов услуг медиа-агентства «PRодвижение 26».

**Теоретико-методологическая основа исследования.** Основой послужил системный подход к изучению проблемы информационного партнерства. В качестве теоретических источников использованы идеи и концепции, содержащиеся в работах отечественных и зарубежных авторов по связям с общественностью, консалтингу, организации и проведению специальных мероприятий, маркетингу, продвижению. В качестве основных методов исследования применялось обобщение и интерпретация научных данных, эмпирические методы (анализ документов, материалов СМИ, наблюдение, анкетирование).

**Теоретическая и практическая значимость** заключается в том, что результаты дипломного исследования могут быть внедрены в процесс преподавания таких дисциплин, как «Маркетинг» «Консалтинг», «Связи с общественностью», «Социология».

**Результатом** нашего исследования стал комплекс практических рекомендаций по продвижению и отстройке от конкурентов услуг, предоставляемых медиа-агентством «PRодвижение26»

Общие **рекомендации** сводятся к следующему:

1. Усиление работы в социальных сетях.
2. Запуск сайта..
3. Более детальная проработка клиентской базы.

4. Посещение научных мероприятий и различных форумов в качестве экспертов.