

РЕЗЮМЕ

Название ВКР: Разработка методики проведения рекламной кампании и оценка ее эффективности (на примере ООО «Логика красоты»).

ФИО: Погосова Мария Рубеновна.

Руководитель: канд. экон. наук, доцент кафедры экономики, менеджмента и финансов Р.А. Татаркулова.

Название организации: ООО «Логика красоты».

Актуальность темы исследования: В наше время, когда экономика развивается с невообразимой скоростью, когда каждый день появляются новейшие технологии, продукция, изменяется количество поступающей информации, а так же растет конкуренция то перед предпринимателями стоит необходимость использования своего маркетингового потенциала, в целях рекламирования своей деятельности для привлечения потребителей и укрепления своего места на экономической арене. В настоящее время реклама стала неотъемлемой частью деятельности любого предприятия. Необходимость и значимость рекламы это доказанный факт проверенный временем и практикой множества организаций. Основная функция рекламы это убеждение потенциального клиента в том, что именно это товар ему необходимо приобрести или что он должен воспользоваться именно вашими услугами. Она выступает как фактор психологического воздействия на потенциальных клиентов и как источник их информирования.

Цель исследования заключается в определении роли рекламы в современном мире, анализ ее составляющих и важности использования рекламы в предприятии.

Задачи:

- изучить теоретические аспекты сущности рекламной деятельности;
- определить этапы построения рекламной кампании;
- дать организационно-экономическую характеристику предприятия ООО «Логика красоты»;
- оценить рекламную деятельность ООО «Логика красоты»;

- разработать эффективные мероприятия по совершенствованию рекламной кампании;
- проанализировать эффективность предложенных мероприятий для ООО «Логика красоты».

Теоретическая значимость исследования заключается в расширении знаний об организации рекламных кампаний, об этапах ее построения и оценки ее эффективности, также расширение понятийного аппарата основанных на теоретических данных. **Практическая значимость исследования** состоит в том, что полученные теоретические знания послужили базой совершенствования рекламной деятельности предприятия.

Выводы: Реклама - это осознанный целенаправленный процесс платного коммуникативного взаимодействия рекламодателя с некоторой аудиторией, имеющий целью донесения до сознания представителей этой аудитории некоторой информации или идеи. Потребность в рекламе возникает там, где есть выбор и возможность сделать его. Чем больше выбор продуктов и услуг, тем быстрее развивается реклама.

Рекомендации:

- в качестве первой рекомендации мы предлагаем ООО «Логика красоты» нанять сотрудника на должность специалиста по рекламе;
- в качестве второй рекомендации предлагаем использовать разработанную нами анкету, представленную в Приложении;
- в качестве третьей рекомендации использовать выбранную нами систему организации рекламной кампании.