**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Смоленский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования**

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Смоленский филиал РГТЭУ**

**Кафедра рекламы и дизайна**

НАУЧНАЯ РАБОТА

**Разработка дизайна печатной рекламы как элемента маркетинговых коммуникаций ООО «Фабрика упаковки»**

**С**тудентки 5 курса заочной формы обучения,

обучающейся по специальности \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«Реклама»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Алфёрова Анастасия Павловна \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(Ф.И.О. студента (-ки)*

Номинация конкурса исследование в области гуманитарных наук

Смоленск 2014

Фраза «реклама – двигатель торговли» достаточно полно раскрывает основную *функцию рекламы*: передачу информации о товаре, знакомство с ним потенциальных покупателей, убеждение его в необходимости приобретения товара. Но от обычного информационного сообщения реклама отличается заинтересованностью в конечном результате. Это не просто изучение информации, а изучение с определённой, вполне конкретной целью – увеличение спроса на товар. Проблематика научной работы связана с разработкой дизайна печатной рекламы для успешного продвижения товаров и услуг фирмы на рынке.

*Проблематика* работы связана с противоречиями, вызванными востребованностью элементов маркетинговых коммуникаций для продвижения имиджа фирмы ООО «Фабрика упаковки» на рынке товаров и услуг, и его недостаточную проработанность. *Актуальность работы.* Разработка дизайна печатной рекламы не вызывает сомнений, так как печатная реклама играет ключевую роль в развитии и является важным составным элементом рыночной экономики, элементом маркетинговых коммуникаций. Актуальность работы обусловлена развитием рыночной экономики.

*Целью* данной научной работы является выявление роли печатной рекламы в системе маркетинговых коммуникаций предприятия ООО «Фабрика упаковки» на основе подбора, систематизации и обобщения информации.

*Задачами* научной работы являются:

* определение сущности маркетинговых коммуникаций;
* выявление возможных средств воздействия на потребителей;
* анализ использования рекламы при распространении выпускаемой продукции предприятия ООО «Фабрика упаковки».

*Материалом* для исследования стало предприятие ООО «Фабрика упаковки»: структура предприятия*,* устав организации, экономическая среда предприятия.

В научной работе использовались статистические методы, методы анализа, классификации, методы наблюдения, методы изучения документации, методы наблюдения, систематизации и интерпретации, методы обобщения.

*Теоретическая и практическая ценность научной работы*. В работе рассмотрено понятие рекламы, ее задачи, виды и функции, также изложены концепции маркетинга, понятие и функции маркетинговых коммуникаций. Автором проведёна аналитическая и практическая работа по разработке разных элементов печатной рекламы, от логотипа и визитки до листовки, буклета, календаря.

*Опубликованность результатов.* По материалам исследования опубликована одна работа общим объемом 0,5 п.л.:

1. Алферова А.П. Разработка дизайна печатной рекламы как элемента маркетинговых коммуникаций ООО «Фабрика упаковки»// Социально-экономическое развитие региона: опыт, проблемы, инновации: сб.науч.ст. по материалам докл. и сооб. IV международной науч.-практ. конф. (19 декабря 2013г.).- Смоленск: Изд-во «Остров свободы», 2013.

*Основные положения.*

ООО «Фабрика упаковки» является представителем предприятия ООО «Аркада» и осуществляет непосредственно продажу его продукции. ООО «Аркада» основано в 2006 году. В настоящее время располагает современным импортным оборудованием: Линия :WJ 150-2200-D-I, Линия EMBA 240 3 цвета, Линия ZYKM I 1300\*3400 2 цвета, Линия ZYKM 1300\*2400.

Производство выпускает трехслойный, пятислойный гофрокартон с бурым и белым покровным слоем марок Т-21, Т-22, Т-23, Т-24 с типом гофры «В», «С», П-31, П-32 с типом гофры "ВС".

Сырьем для производства гофропродукции служит картон для верхних и плоских слоев, а также бумага для гофрирования.

*Главный замысел* ООО «Фабрика упаковки» — предоставить клиенту качественную продукцию, поэтому компания следит за качеством поставляемой продукции.

Реклама *ООО «Фабрика упаковки»* размещается на телевидении и радио. В запланированное время компания проводит рекламные кампании с использованием разработанных рекламных продуктов. Реклама носит характер информирования о предприятии и его продукции, а также повышении имиджа компании *ООО «Фабрика упаковки»* на рынке.

Проведенное исследование позволяет выявить сильные и слабые стороны *ООО «Фабрика упаковки».*

Таблица 1. Сильные и слабые стороны ООО «Фабрика упаковки»

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны** | **Слабые стороны**  |
| * ассортимент продукции;
* высокая квалификация персонала;
* низкая цена;
* стабильность бизнеса;
* налаженные связи с поставщиками;
 | * конкуренция на рынке;
* реклама;
* стимулирование сбыта.
 |
| **Возможности** | **Угрозы** |
| * увеличение объема сбыта продукции
* занятие большей доли на рынке;
* завоевание новых клиентов.
 | * изменение спроса на продукцию;
* спад уровня жизни;
* изменение законодательства;
* налоговая политика государства;
* активная политика конкурентов по завоеванию рынка.
 |

*

С целью повышения конкурентоспособности *ООО «Фабрика упаковки»*  на рынке торговли предложено разработать рекламную полиграфию по продвижению *ООО «Фабрика упаковки*».

По итогам произведенных расчетов сделан вывод, что динамика имущества ООО «Фабрика упаковки» имеет тенденцию к росту.

В результате исследований проанализировано положение компании ООО «Фабрика упаковки» на рынке, отмечены положительные и отрицательные стороны компании, отражены советы, предложены идеи по позиционированию выпускаемого предприятием товара на рынке сбыта.



Рисунок 1 Визитки 55х85 мм



Рисунок 2 Логотипы



Рисунок 3 Буклеты

Разработаны предложения по использованию рекламной полиграфии для продвижения товара ООО «Фабрики упаковки» на рынке.