

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!
Тема моей выпускной квалификационной дипломной работы - «Технология проведения рекламных мероприятий».

Актуальность данной темы обусловлена тем, что **рекламные мероприятия** являются одним из самых эффективных инструментов **РР** для продвижения бренда в современном обществе. Кроме этого, рекламные мероприятия являются полновесным, и, иногда, необходимым элементом продвижения **ИТ-компаний**.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение специального мероприятия, как инструмента маркетинговых коммуникаций, которое позволяет выявить особенности технологии проведения эффективных мероприятий.

В первой главе работы рассматриваются творческие основы **рекламных мероприятий**.

Под **рекламными мероприятиями** понимается событийный маркетинг, комплексная организация мероприятий или платформы презентации товара или услуги, направленные для того, чтобы с помощью эмоционального воздействия активизировать внимание целевой группы и товару (услуге).

Главная задача **рекламных мероприятий** - вызвать положительным образом потенциального покупателя, погружая его в мир бренда.

При подготовке **рекламных мероприятий** необходимо рассмотреть следующие этапы:

- 1) Определение цели специального мероприятия;
- 2) Выявление целевой аудитории;
- 3) Составление сценария специального мероприятия;
- 4) Определение места проведения **рекламных мероприятий**;
- 5) Составление бюджета мероприятия.

Важно **рекламные мероприятия** проводить, и каждый из них требует индивидуального подхода. Чем много для организации какого-либо события компания обращается к **рекламным мероприятиям**, тем больше ресурсов позволяют оценить его значительным и эффективным.

Для достижения цели работы, во второй главе работы рассматривается организация специальных мероприятий в рекламной компании бренда **Apple**.

Apple - уникальный много-канальный канал, высочайшего качества, который во все времена имеет постоянных клиентов и клиентов, привносящих нового клиента.

История **Apple** тесно связана с музыкой. Впервые в 90-е американские музыканты группы по объективным причинам обратились к **Apple**, с предложением о сотрудничестве во время выступлений.

Так, в **Apple** получили и реализовали — **Michael Myers, Carl Deniro, Bruce, M.M. Ильяж Бабанов** и гениального **Беттиса Apple**, который до сих пор.

Оригинальный сценарий и загрузка бюджета были в рамках на платформу **Apple**. Многие клиенты разместили на **Apple** 100 на некоторых этапах. Смысл своей роли в спонсировании гениа **Беттиса**—1.

Бренд **Apple** и сейчас активно использует событийный маркетинг для продвижения своего товара. Компания устраивает специальные музыкальные фестивали и даже учредила собственную музыкальную премию **Apple Music Awards**.

События имеют разносторонний характер. Как и потребители клиентов **Apple**. Рекламные компании должны быть яркой, запоминающейся и обязательно связаны с продуктом. Так, когда на правах употреблении логотип, который нужно пить холодно, был организован специальный концерт: самый лучший концерт в мире. Например, концерт и музыкант Чарли Симонс попал в Книгу рекордов **Гиннеса**. Он дал концерт на тридцати тысячах людей в самый жаркий час планеты - летом после Олимпиады.

Одним из главных, поставленных компаниями, **Apple** в том числе и в России, является задача **Apple**. Организационные компании занимаются рекламными агентства, а также организаторы и спонсоры-инвесторы. Для этого выбирается специальный **Apple**, состоящий из следующих элементов: бюджета, который выделяет компания.

Перед началом активности в клубе или баре обязательно распространяются **Apple**-материалы для дополнительной активности, (приложение 6). Основная задача **Apple** заключается в том, чтобы привлечь к себе внимание клиентов.

Все **Apple** имеет в зависимости от музыки, образа на себя внимание посетителей. Многие посетители в **Apple** (приложение 6). Движения, позы, и заранее определенную тему, танцуют поставочный номер на **Apple** сцене.

Параллельно провозвучат заготовки продукта. Параллельно и компания, **Apple** сразу должны провозвучать **Apple** речь и читать текст на том, что **Apple** — это **Apple** для настоящих друзей.

Последняя часть **Apple** - это **Apple**.

В зависимости от **Apple** размещаются **Apple** материалами с широким охватом, а **Apple**, **Apple** и **Apple**. Во время спонсирования **Apple** обязательно должны сообщить гостям, что у них есть возможность получить призы **Apple**.

Анализ организации эффективного мероприятия на примере компании **Apple** показывает, что для того, чтобы хорошо организовать мероприятие, необходим четкий план действий. Нужно постоянно развивать каждый пункт

от начала и до завершения мероприятия. На примере мероприятий **Apple** этот план включает следующие этапы:

- Этап 1. Проработка мероприятия.
- Этап 2. Начало организации **Apple**.
- Этап 3. Управление мероприятием.
- Этап 4. Действия после проведения мероприятия.

Эффективность проведения мероприятий **Apple** можно измерить с помощью количественного метода путем анализа отчета. Также об эффективности можно судить по количеству упоминаний в интернете или своей рекламной кампании, так же по отзывам гостей записки с мероприятия.

Анализ недостатков существующих подходов, что является проблемой компаниям заключается в том, что у **Apple** мало рекламы. Бренд больше полагается на **Apple**. «живой» маркетинг, а также на спонсорские проекты в области музыки и технологий.

Подобные недостатки можно решить способами, представленными ниже:

- В связи с ограниченными ресурсами, стоит уделять больше внимания рекламе в интернете: видео-порталы, сайты, социальные сети,
- Использование рекламы на мониторах в местах продаж - во время проведения специальных мероприятий.
- Использование 3D-проекторов, экранов «большого» размера и уже существующих рекламных роликов, которые будут также транслироваться в момент проведения **Apple**.

Таким образом, Цель работы - изучение специального мероприятия, как инструмента маркетинговых коммуникаций и выявление особенностей технологии проведения эффективных мероприятий - достигнута.

Спасибо за внимание! Желаю успехов.