



Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра менеджмента

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ОПТИКА 21»)

ИСПОЛНИТЕЛЬ:

СТУДЕНТ 4 КУРСА ОЧНОЙ ФОРМЫ
ОБУЧЕНИЯ

БЕЛИКОВА СОФИЯ ВЛАДИМИРОВНА

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ:

КАНДИДАТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК,
ДОЦЕНТ

ПАВЛОВА АЛЛА ВИКТОРОВНА

АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Актуальность темы исследования обусловлена тем, что брендинг является важнейшей частью – современной PR, рекламной и маркетинговой индустрии.

ЦЕЛЬ ДАННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

- Целью исследования является анализ факторов, влияющих на продвижение бренда на российском рынке.

Концепция бренда



Рис. 1.1 – Концепция бренда

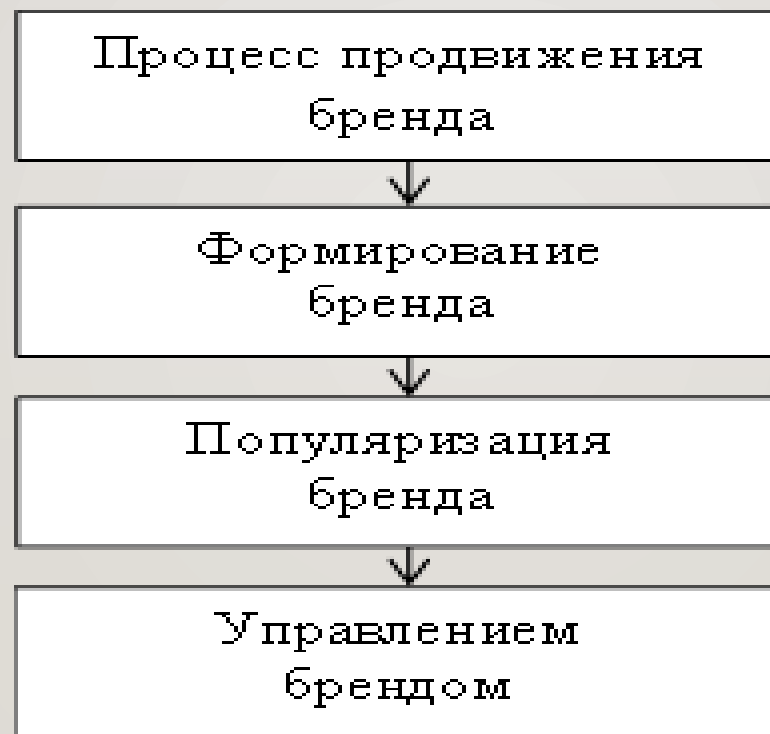


Рис. 1.2 – Этапы продвижения бренда

ТАБЛИЦА 2.1

Внутренняя среда	Сильные стороны:	Слабые стороны:
	-богатый опыт ведения бизнеса: 10 лет - база постоянных клиентов - высокая лояльность постоянных клиентов к компании - широкий выбор локаций для проведения рекламных мероприятий (Россия и другие страны) - оптимальное соотношение цена-качество	-достаточно ограниченная целевая аудитория (в основном – B2B) -недостаточная узнаваемость бренда в целом - слабое присутствие в социальных медиа (небольшое количество подписчиков) - компания занимает малую долю рынка - ограниченный бюджеты на продвижение
Внешняя среда	Возможности:	Угрозы:
	-увеличение бюджетов на продвижение агентства -поиск новых креативных концепций -разработка программ по повышению лояльности клиентов -развитие стратегии по присутствию в социальных сетях	- снижение бюджетов у компаний на проведение внутриколлективных мероприятий - повышение конкуренции в отрасли - сезонность спроса



Рис. 2.2 - Достоинства и недостатки продвижения бренда в ООО

«Оптика 21»

ВЫВОДЫ

- Применение данных мероприятий, на наш взгляд, позволят повысить узнаваемость бренда ООО «Оптика 21».
- Грамотное использование инструментария для продвижения бренда является залогом успеха.
- В связи с этим были сформулированы теоретические предложения по совершенствованию стратегии продвижения с учетом современного подхода, которые помогут компании не только укрепить позиции бренда на рынке, но и получить дополнительную прибыль.