

(Слайд 1) Здравствуйте, уважаемые члены экзаменационной комиссии! Вашему вниманию предлагается выпускная квалификационная работа на тему – **«Формирование фирменного стиля для туристской фирмы».**

(Слайд 2) Практическая ценность дипломной работы состоит в возможности применения результатов работы в деятельности конкретного предприятия, в частности ООО «Саянское кольцо» для улучшения показателей деятельности.

Теоретической основой исследования являются работы отечественных и зарубежных авторов по рассматриваемой теме (в частности Д. Балахметова, М.Б. Биржакова, Ф. Вирина, Н. Кабушкина и других). Информационную основу составляют данные бухгалтерской отчетности предприятия, собственных исследований автора.

(Слайд 3) Цель выпускной квалификационной работы - изучить текущее состояние и разработать рекомендации по совершенствованию формирования фирменного стиля туристского предприятия.

Достижению цели способствовали задачи исследования, представленные на слайде презентации.

(Слайд 4) Фирменный стиль как средство продвижения обеспечивает компании преимущества, соответственно выполняя следующие функции :

- помогает потребителям ориентироваться в потоке информации, быстро находить нужный товар компании;
- позволяет компании с меньшими затратами выводить на рынок и продвигать свои новые товары;
- повышает эффективность PR и рекламной коммуникации как инструментов продвижения;
- снижает затраты на формирование системы коммуникаций, как вследствие повышения эффективности рекламы, так и за счет универсальности его компонентов;
- помогает достичь необходимого единства всех инструментов продвижения и средств маркетинговых коммуникаций компании;

- способствует внутрикорпоративному PR посредством создания корпоративного стиля, объединения сотрудников и повышения групповой сплоченности;

- положительно влияет на эстетичность продукции и воспринимаемый внешний облик компании.

(Слайд 5) Туристическая компания «Саянское Кольцо» действует на рынке туризма с 1999 года. На сегодняшний день ООО «Саянское Кольцо» является лидером отрасли въездного и внутреннего туризма по Красноярскому краю, Хакасии и Туве. Исполнительным органом является Управляющий предприятием – Директор предприятия, которые утверждается и в своих действиях подотчетен Совету учредителей.

(Слайд 6) Проведем анализ основных экономических показателей деятельности рассматриваемого предприятия ООО «Саянское кольцо» в 2017-2018 годах на основании данных. Можно сделать вывод о том, что деятельность ООО «Саянское кольцо» в течение всего анализируемого периода является эффективной, о чем свидетельствует рост как абсолютных, так и относительных показателей деятельности, а в частности прибыли и рентабельности.

(Слайд 7) У ООО «Саянское Кольцо» внешний образ фирменного стиля включает в себя:

- Логотип – надпись Саянское Кольцо или же SAYAN RING, выполненная в определенной манере.

- Фирменный знак – оригинальный рисунок и логотип компании.

- Цветовая гамма фирмы – зелено-оранжевая. Этих цветов «Саянское Кольцо» старается придерживаться во всем: оформление бланков, фирменных конвертов, объявлений и так далее.

- У компании имеется собственный фирменный шрифт.

- Фирменный блок представляет собой часто используемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля: в данном случае это – фирменный знак компании «Саянское Кольцо» и подпись «Туроператор по Сибири». Его

часто используют при оформлении визитных карточек и бланков деловых писем.

(Слайд 8) Оценим носители фирменного стиля предприятия посредством экспертного опроса клиентов и сотрудников предприятия. Можно сделать вывод, что наиболее слабо кампанией используются такие носители фирменного стиля, как сувенирная продукция и интернет.

(Слайд 9) У компании есть сайт, на котором размещается информация о деятельности компании, организационных изменениях. При оформлении сайта использованы некоторые атрибуты фирменного стиля.

(Слайд 10) Страница в сети «В Контакте» создана в июле 2016 года. Однако данная страница крайне малочисленна – в группе всего 800 участников. На странице кроме логотипа компании присутствует ссылка на ее сайт, контакты и несколько фотографий. Также у кампании есть страницы на Фейсбук и в Инстаграм. Можно отметить следующие недостатки:

- фирменный стиль на всех указанных носителях представлен только логотипом и названием кампании;
- сайт не зрелищный, не снабжен анимацией.

В целом, подытожив проведенный анализ, можно отметить слабость продвижения фирменного стиля компании в сети Интернет. Компания практически не использует имеющиеся возможности.

Ввиду того, что конкуренты компании гораздо более активны в данном плане и занимаются продвижением в сети, можно сказать, что ООО «Саянское кольцо» упускает возможности по укреплению конкурентных позиций на рынке и привлечению новых клиентов более интенсивного использования фирменного стиля. В связи с этим необходимо разработать рекомендации для кампании в данной сфере.

(Слайд 11) В современных условиях турфирмы вынуждены бороться за «место под солнцем», а при наличии возможности стремиться к расширению своего бизнеса. Меняется само содержание понятия «конкурентоспособность» - односложное определение уступает место комплексному, в рамках которого такие характеристики, как качество,

индивидуальный подход, профессионализм и уникальность приобретают особую ценность.

Проект будет направлен на устранение выявленных недостатков работы компании. Основные направления реализации проекта представлены в таблице. Для модификации движка в целях создания возможности размещения флеш-роликов, анимационной рекламы, системы подбора тура онлайн ООО «Саянское кольцо» предлагается дальнейшее сотрудничество с ООО «Сайтстрой». Необходимо заключить дополнительное соглашение к имеющемуся договору о сотрудничестве касающееся подрядных работ по модификации сайта и дальнейшего обслуживания в новом виде.

(Слайд 12) Рассматривалась организация проекта по следующим направлениям:

1. Модификация сайта.
2. Своевременное наполнение сайта, страниц в социальных сетях и бесплатных ресурсов информацией.
3. Бесплатное размещение информации на сайтах

(Слайд 13) План график осуществления проекта показан в таблице. Можно отметить, что в полном объеме запланированные мероприятия будут реализовываться уже с третьего месяца реализации проекта. Ответственными лицами будут – маркетолог и директор.

(слайд 14) Реализация проекта предусматривает следующие затраты:

- оплата услуг ООО «Стройсайт» по модификации сайта – 45 тысяч рублей;
- увеличение затрат на обслуживание сайта и аренду сервера у ООО «Стройсайт» - 1500 тысячи рублей в месяц или 15 тысяч рублей за 10 месяцев (с марта);
- затраты на увеличение заработной платы маркетолога – 46,8 тысяч рублей в год;
- продвижение компании в социальных сетях – в среднем 5 тысяч рублей в месяц или 55 тысяч рублей в год (11 месяцев).

Общие затраты на реализацию проекта составят 161,8 тысяч рублей.

(Слайд 15) Таким образом, цель работы достигнута. Спасибо за внимание! Доклад окончен.