

Слайд 1

Уважаемый председатель, уважаемые члены государственной аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы - «Создание бизнеса с учетом отраслевых особенностей бизнеса на примере Uzbek Talant».

Слайд 2

Итак, **целью** работы является исследовать основы создания бизнеса с учетом отраслевых особенностей бизнеса на примере Uzbek Talant.

Задачи исследования представлены на слайде.

Слайд 3

Итак, в качестве объекта исследования в работе выступает танцевальная школа Uzbek Talant. Представим основные организационно-экономические показатели деятельности организации Uzbek Talant Uzbek Talant в таблице. Приведенные показатели свидетельствуют об основных результатах деятельности организации за анализируемый период с 2020 по 2022 год. Кроме того, в таблице представлены изменения показателей за период в абсолютном процентном выражениях.

Слайд 4

Итак, специфика деятельности Uzbek Talant определяется продуктом компании —услугами по обучению танцам. При этом, продукт соответствует чертам потребителей — его ценностям, потребностям и особенностям поведения. Получив образовательную услугу, клиент не всегда может оценить, насколько качественно она была оказана. В своей оценке потребитель может полагаться на какие-либо измеримые характеристики результата услуг либо на личные эмоции, полученные во время оказания услуг. Перечисленные особенности оказывают сильнейшее влияние на экономику Uzbek Talant и, конечно, должны найти отражение в бизнес-модели компании. Особенности продукта и потребителя услуг школы танцев влияют на абсолютно все элементы бизнес модели компании На слайде представлена бизнес-модель Uzbek Talant по шаблону А. Остервальда и И. Пенье. Потребительские сегменты. Потребителями образовательных услуг Uzbek Talant является очень широкий круг лиц — граждане и организации. Широта потребительских сегментов связана с глубоким проникновением права в общественную жизнь. В связи с тем, что сложность формулирования законодательных правил (в особенности для обывателя) является признаком всех отраслей права, необходимость в получении образовательных услуг может возникнуть в

любой сфере общественной жизни, которая так или иначе урегулирована нормами права.

Слайд 5

Таким образом, наиболее действенным инструментом для оценки влияния внешней среды является PESTLE —анализ. Для оценки влияния в качестве шкалы экспертных оценок в модели была выбрана шкала от —3 до +3, где: шкала от -3 до -1 – фактор оказывает негативное влияние в различной степени; шкала от +1 до + 3 – оказывает положительно воздействие в различной степени. Для компании Uzbek Talant такой анализ представлен в таблице. По результатам проведенного анализа выявлено негативное воздействие политических факторов. Социальные факторы оказывают в целом положительное влияние на деятельность компании. Технологические факторы, выраженные в результатах научно-технического прогресса оказывают как положительное, так и негативное воздействие.

Слайд 6

Таким образом, можно сделать вывод, что основная аудитория компании достаточно широкая и может сегментироваться внутри себя по ряду признаков. В зависимости от целей в конкретной стратегии будут меняться предложения, оформление распространяемых материалов и выбранные каналы коммуникации. Для более полного представления об Uzbek Talant будет использован многоугольник конкурентоспособности.

Слайд 7

Исходя из того, что в работе выше представлены результаты уже функционирующей организации Uzbek Talant, то в рамках данной работы предлагается рассмотреть проект развития организации. Реализация предлагаемой в рамках данной работы проект маркетинговых коммуникаций предполагается в 3 этапа: подготовка, реализация и оценка эффективности. Целью данного проекта является распространение информации об услугах и товарах Uzbek Talant, а так же повышение уровня имиджа компании за счет данного нововведения. Рассмотрим мероприятия рекламной кампании в разрезе этапов и дат реализации – то есть календарный план рекламной кампании.

Слайд 8

В свою очередь, диаграмма Ганта представлена в рисунке. Таким образом, как показывают данные таблицы, срок реализации рекламной кампании составит 6 месяцев – с 01.09.2023 по 15.03.2024 год.

Слайд 9

Далее для размещения в рамках данной рекламной кампании были выбраны следующие телеканалы с учетом их целевой аудитории: Севимли; Миллий; Ташкент. Следующим по уровню эффективности средством размещения рекламы является печатная пресса – журналы и газеты. В связи со спецификой данной отрасли и нацеленности на аудиторию были выбраны следующие журналы: «Танцы»; «Dance». Реклама в журналах будет выполнена в виде изображения рекламного макета на полную страницу. Основная цель данного размещения будет информирование максимально возможной аудитории о данном предложении. Помимо рекламы на ТВ и в печати предполагается размещение рекламы в сети Интернет. Главным инструментом в данном случае будут выступать социальные сети – Facebook и Instagram, будет использована контекстная реклама. Для размещения в журналах и сети Интернет будет использован один макет рекламы. Макет в рамках предлагаемой рекламной кампании содержит фирменный логотип Uzbek Talant, что является наиболее важным элементом, напоминающим потенциальным покупателям о данной марке продукции. Далее рассмотрим периодичность размещения рекламы в журналах

Слайд 10

Также приведем медиа-график размещения рекламного ролика на различных рекламных средствах.

Слайд 11

Итак, расчет эффективности проекта по совершенствованию маркетинговой деятельности Uzbek Talant представлен в таблице. Оценка эффективности проекта для Uzbek Talant показала, что в результате реализации всех предложенных мероприятий и рекомендаций рост выручки составит 63%. По результатам реализации проекта рекламной кампании и программы событийной активности рентабельность продаж составит 31,80% (в 2 раза выше, чем по результатам функционирования в 2022 году).

Слайд 12

Таким образом, можно сделать вывод о том, что проект проекта по совершенствованию маркетинговой деятельности Uzbek Talant является экономически эффективным.

Слайд 13

Таким образом, предлагаемый проект содержит различные средства размещения: это ТВ, печатные СМИ и интернет-ресурсы. На наш взгляд, наиболее эффективным методом распространения информации является размещение видео-ролика на ТВ. Оценка эффективности проекта для Uzbek Talant показала, что в результате реализации всех предложенных мероприятий и рекомендаций рост выручки составит 63%. По результатам реализации проекта рекламной кампании и программы событийной активности рентабельность продаж составит 31,80% (в 2 раза выше, чем по результатам функционирования в 2022 году). Таким образом, приведенные расчеты позволяют сделать вывод об эффективности предложенного мероприятия в рамках реализации разработанного проекта маркетинговых коммуникаций.

Слайд 14

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.