

Выпускная квалификационная работа

PR-продвижение малого бизнеса в России на примере танцевальной студии «Iva-dance»

Обучающегося 4 курса
очной формы обучения
Иванова Ксения Евгеньевна



Научный руководитель:

кандидат политических наук,

доцент кафедры философской антропологии
и общественных коммуникаций

Рябова Татьяна Георгиевна



Объект и предмет исследования

- Объект исследования – Школа танцев «Iva-dance»
- Предмет исследования – деятельность и продвижение на рынок школы танцев «Iva-dance»



Цель работы

- Показать основные направления продвижения коммерческой компании Школа детского танца «Iva - dance. KIDS» средствами PR и рекламы, выработать рекомендации по их совершенствованию.



Задачи:

- · Изучить теоретические аспекты продвижения компании на рынок средствами PR и рекламы;
- · Рассмотреть инструменты рекламы и PR для продвижения компании в сфере малого бизнеса;
- · Дать характеристику компании «Школа детского танца «Iva - dance. KIDS»
- · Исследовать рекламную и PR-деятельность компании «Школа детского танца «Iva - dance. KIDS»

Практическая значимость:

- Результаты работы могут быть использованы для совершенствования рекламных и PR-инструментов компании «Школа детского танца «Iva - dance. KIDS», а также организациями в сфере малого бизнеса, в том числе, работающими на рынке образовательных, развлекательных услуг.

Характеристика танцевальной школы «Iva-Dance» KIDS

- Танцевальная школа «Iva-Dance» KIDS образовалась в 2018 году.
- Школа находится в городе Санкт-Петербурге.
- Сфера деятельности школы «Iva-Dance» KIDS — танцевальная. Школа «Iva-Dance» KIDS характеризуется экспертами как компания, принадлежащая к сфере малого бизнеса.

SWOT-анализ компании Школы детского танца «Iva – dance. KIDS»

Сильные стороны	Слабые стороны
ШКОЛА ДЕТСКОГО	ТАНЦА «IVADANCE.KIDS»
<ul style="list-style-type: none">· опытные тренера· анализ потребностей клиентов, совершенствование предоставляемых услуг	<ul style="list-style-type: none">· мало филиалов по городу· несколько филиалов в центре города· маленький бюджет на рекламу· небольшая аудитория в соц. сетях



Целевая Аудитория

- Пол: Женщины
- Возраст: 25-37
- Уровень дохода: средний или выше среднего
- Род деятельности: сидит в декрете или работает неполный день
- Рационально принимает решение о покупке

Стратегия привлечения ЦА

- 1. Бесплатное живое событие.
- Пригласить новую аудиторию познакомиться с нашими студиями и попридутьствовать на тренировке. После этого предложить прийти бесплатно на первую тренировку.
- 2. Провести розыгрыш месячного абонеента среди участников



Определение проблем

- Плохая информированность аудитории
- Наименьшая среди ближайших конкурентов доля рынка.
- Низкий уровень посещаемости (по оценкам руководства компании) с нестабильной динамикой



Рекомендации

- В контексте рекламного и PR-продвижения Школа танцев «Iva-dance» KIDS, были использованы такие средства, как наружная реклама, реклама и размещение в картах, печатная продукция, создание интернет-сайта.



Заключение



- В ходе исследования были выполнены следующие действия, соответствующие поставленным перед исследователем задачами:
- · изучены теоретические аспекты продвижения компании на рынок средствами PR и рекламы;
- · рассмотрены инструменты рекламы и PR для продвижения компании в сфере малого бизнеса.