

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

***На тему: «Совершенствование маркетинговых
коммуникаций»***



***Студентки 4 курса гр.Э-162 Пустынцевой Маргариты
Сергеевны
Научный руководитель – к.э.н., доцент Шемчук М.А.***

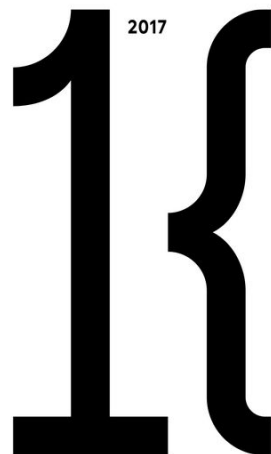
Цели и задачи

- **Целью** данной работы является анализ маркетинговых коммуникаций организации и разработка рекомендаций по их совершенствованию.

- **Задачи:**

1. Изучить теоретический материал по выбранной теме.
2. Выделить основные аспекты, необходимые для раскрытия первой главы.
3. Ознакомиться с деятельностью предприятия.
4. Ознакомиться с мероприятиями, направленными на продвижение организации.
5. На основе полученных данных разработать и предложить необходимые для продвижения мероприятия.
6. Написание и оформление работы.

Общая характеристика ФГБОУ ВО «КемГУ»



Кемеровский
государственный
университет

Объединяем
знания и людей

Федеральное бюджетное государственное образовательное учреждение высшего образования Кемеровский государственный университет – крупнейший университет Кемеровской области, является одним из ведущих классических университетов Западной Сибири и входит в состав Евразийской ассоциации университетов.

Начал свою историю в далеком 1928 году как «Щегловский педагогический техникум»

Комплекс маркетинга ФГБОУ ВО «КемГУ»

Товар



Цена

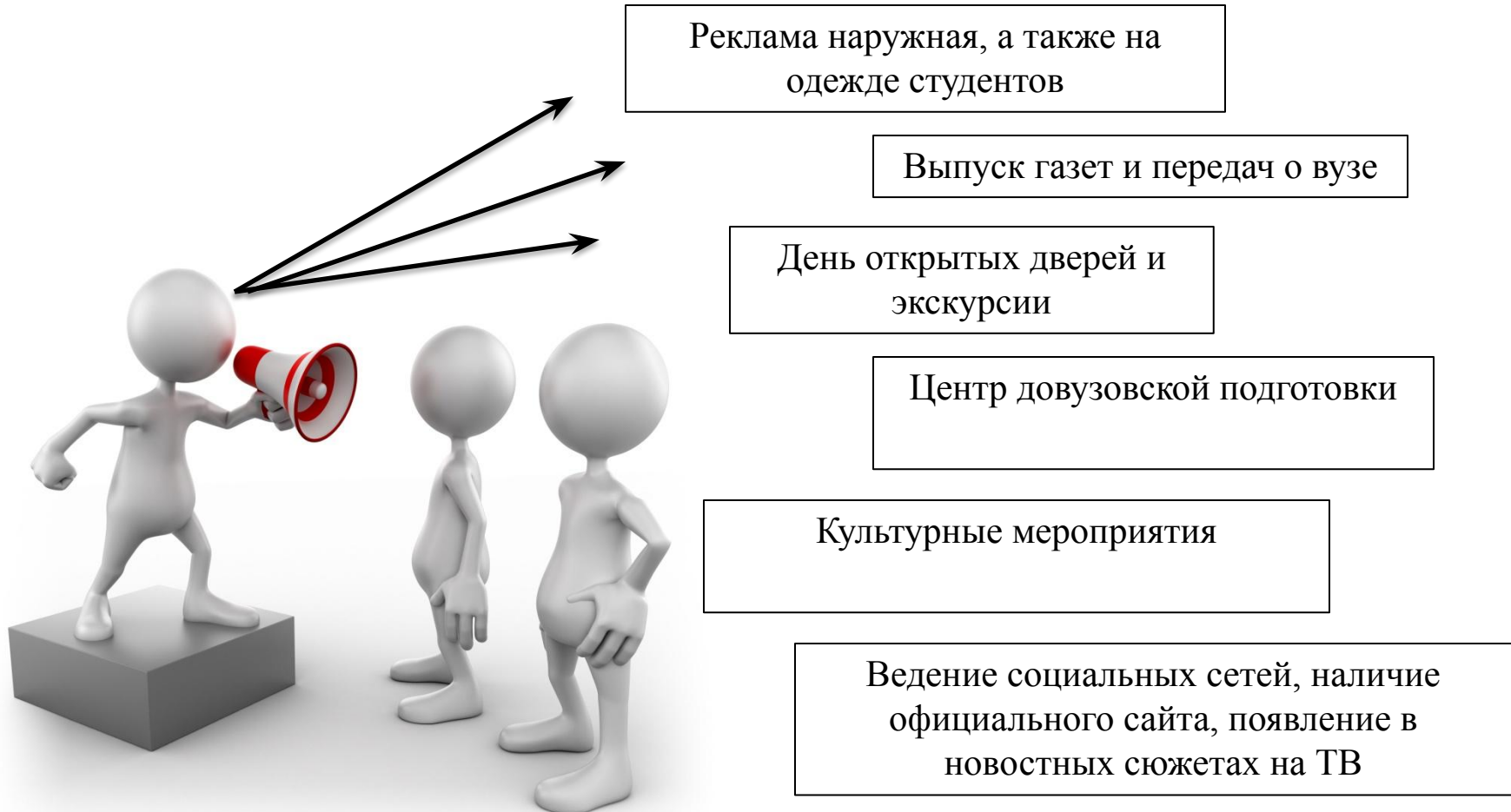


Место



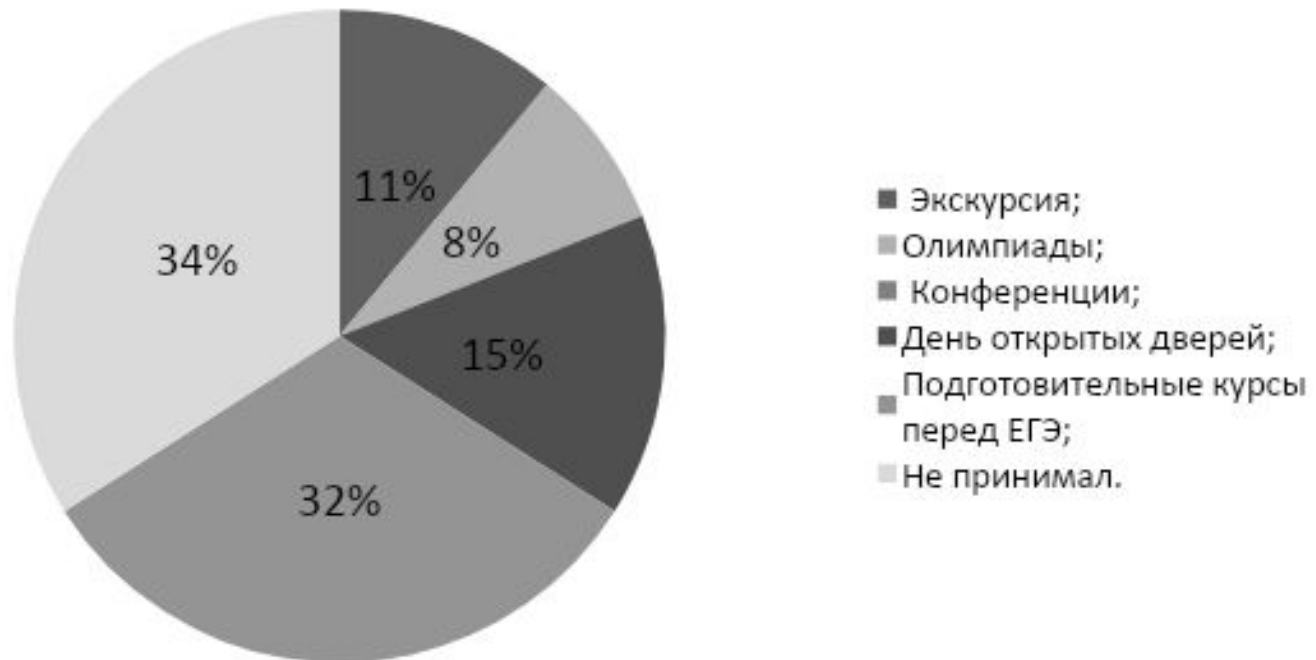
Продвижение

Кемеровский государственный университет использует следующие элементы маркетинговых коммуникаций: рекламу, стимулирование сбыта, прямой маркетинг, брендинг, выставки и ярмарки.

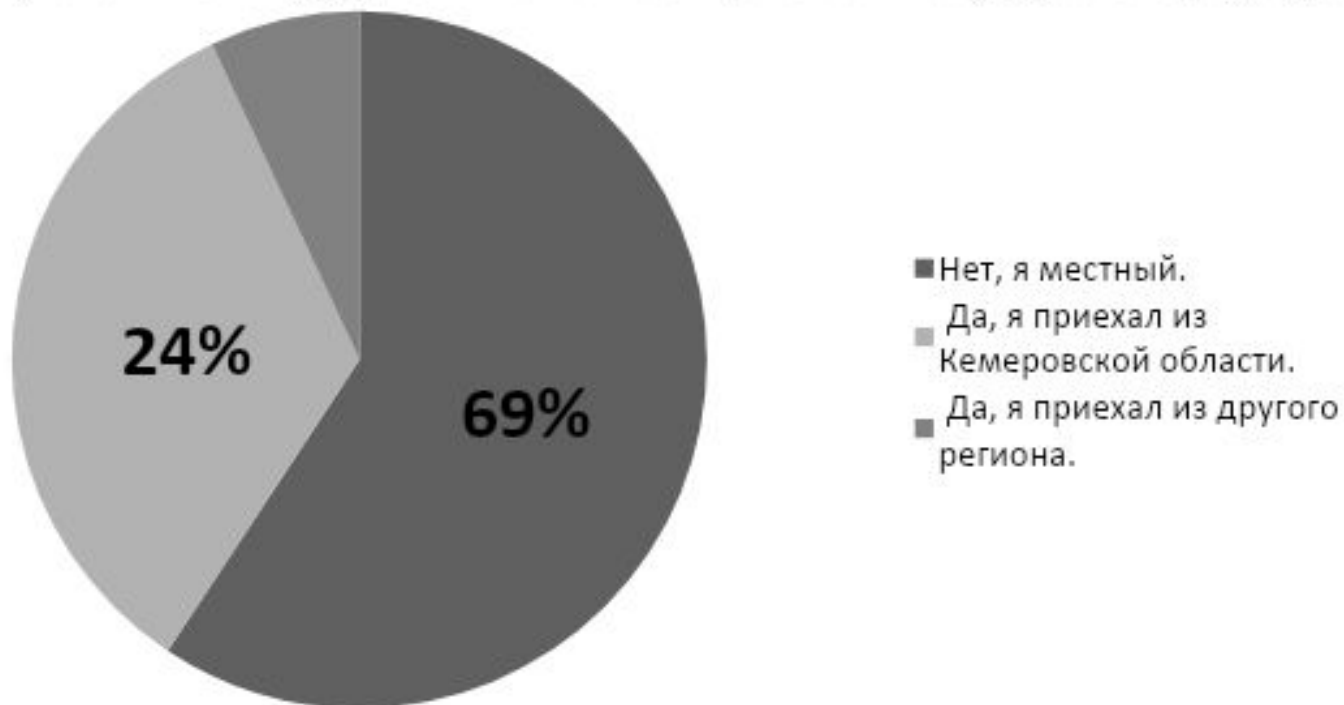


Анализ эффективности

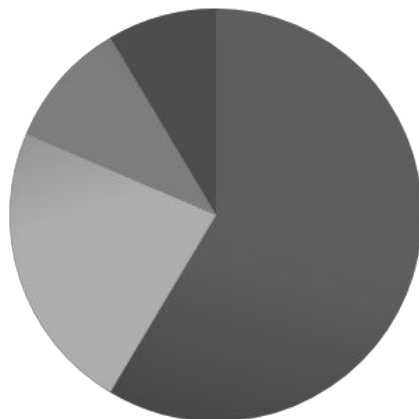
Принимали ли Вы участие в следующих мероприятиях, проводимых университетом?



Для поступления в ФГОУ ВО «КемГУ» вы приехали из другого города/рег



Маркетинговое исследование



На основе полученных результатов были обнаружены слабые стороны маркетинговых коммуникаций ФГБОУ ВО «КемГУ»:

- Количество мероприятий развлекательного характера, проводимых для абитуриентов заметно меньше, чем формальных, связанных с учебой (олимпиады, конференции, воскресные школы).
- Большая часть респондентов являются жителями города Кемерово, студентов, приехавших из области, а тем более из других регионов намного меньше, что говорит о том, что мероприятия направлены на местных жителей.

Рекомендации

1. Лагерь



№	Наименование расходов	Сумма (рублей)
1	Питание (университетская столовая)	На одного человека 400 руб.
2	Памятные подарки	10 000 руб.
3	Сувениры (конкурсы)	7000 руб.
	Итого	67 400 руб.

Ожидаемый эффект от мероприятия:

- школьник, побывавший в лагере, вернется в университет в качестве студента;
- дополнительная реклама вуза (социальные сети, СМИ).

2. Бал



№	Наименование расходов	Сумма (рублей)
1	Транспортировка гостей из области (при условии, что нет возможности добраться самостоятельно) Транспорт - автобус	На одного человека (всего 25) Минимум 300 руб. Максимум 700 руб.
2	Оформление помещения (классика) Цветы, ленточки, шарики и т.д.	150 000 руб.
3	Баннерный рекламный стенд, а также его оформление (фотозона)	70 000 руб.
4	Праздничный салют	15 000 руб.
5	Памятные подарки (стандартный набор)	40 000 руб.
6	Закуски	200 000 руб.
7	Свет, звук	100 000 руб.
8	Обслуживание	120 000 руб.
9	Пригласительные	5000 руб.
	Итого	717 500 руб.

Ожидаемый эффект от мероприятия:

- дополнительная реклама вуза (социальные сети, СМИ);
- школьники вернуться в университет, но уже в качестве студентов;
- участие студентов в мероприятиях спонсоров, помощь в их организации.

Спасибо за внимание!

