**Содержание**

Введение

Основные данные

Творческая часть

Аналитическая часть

Заключение

Список использованных источников

**Введение**

Реклама призвана служить средством мотивации конкретной аудитории, разбивая потенциальных покупателей в соответствии с их образом жизни, национальностью и другими параметрами. Направлена на привлечение внимание рекламируемого товара, формирование и поддержание интереса к нему, продвижение на рынке.

Данная курсовая работа ставит перед собой целью разработку рекламной кампании туристической фирмы «Три серые обезьяны»

Объектом является туристическая фирма «Три серые обезьяны»

 Предметом курсовой работы является рекламная компания данного продукта.

 Задачи:

- определить аудиторию позиционирования товара и стратегию построения имиджа;

- разработать рекламную кампанию;

- рассчитать эффективность данной рекламной компании.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  | КР – 2068752 – 080505 – УП-1 – 19 – 08 |
|  |  |  |  |  |
| Изм. | Лист | N докум. | Подп. | Дата |
| Студент | Абакелия А. Э. |  |  | Наименование работыРазработка рекламной кампании «Туристическая фирма «Три серые обезьяны»»  | Лит. | Лист | Листов |
| Руковод | Поневаж Е.В. |  |  |  | У |  | 4 |  |
| Консульт |  |  |  |  |
| Н.контр. |  |  |  |
| Зав.каф. | Сапожников С.С.  |  |  |

**Основные данные**

**Основные исходные данные**

Туристическая компания «Три серые обезьяны» представляет собой фирму с большим опытом на рынке и отличными характеристиками, которые всегда на слуху. Компания очень надежна, результат совпадает с предложенным вариантом, все клиенты остаются довольны и приходят снова, постепенно превращаясь в постоянных. В компании много разнообразных туров, которые подбираются индивидуально. От недорогих студенческих поездок до VIP путевок, от спокойного отдыха на море до экстремальных туров.

Ценовая политика так же разбросана по индивидуальным возможностям и предпочтениям.

**Позиционирование**

Продукт данной компании предназначен для широкого круга лиц. В основном, этоу спешные люди от среднего уровня заработка. Так же люди, заботящиеся о своей безопасности и комфорте, поскольку за продолжительный срок существования на рынке фирма отлично зарекомендовала себя.

**Уникальное торговое предложение**

Три серые обезьяны помогут избавиться от усталости и надоедливых будничных дней. Сочетание индивидуального подхода и надежности компании.

**Способ формирования имиджа**

Поскольку наша компания называется «Три серые обезьяны», используем эффект антропоморфности, так как именно обезьянки будут использоваться в рекламе как люди. Так же эффект волшебности, если человек воспользуется услугами нашей компании у него усилятся чувства радости и счастья.

**Способ применения**

В данном случае используется такой прием, как акцентирование – выделение и подчеркивание выигрышных качеств товара, разнообразные путевки, разнообразные цены. Контаминация – присоединение к товару дополнительных ценностей, выбрав нашу компанию, пропадут все проблемы.

**Вид рекламной продукции**

Реклама будет размещена на телевидении, плакатах вдоль проезжей части (наружная реклама). На телевидении - позволит захватить широкий круг потребителей. Наружная реклама является одним из самых эффективных методов воздействия на массовую аудиторию. Ведь ее отличает невысокая по сравнению с другими методами рекламы стоимость и высокая частота показов.

**Творческая часть**

**Телереклама (TV)**

Реклама на телевидении: наибольшая возможность удерживать внимание, возможность одновременно задействовать множество рекламных раздражителей (изображение, цвет, движение, печатный и устный текст), лучший инструмент для механического запоминания. Размещение ТВ рекламы возможно в различные временные интервалы, с использованием роликов различной длительности, с использованием программ с разной тематикой.

**Видеоролик:**

1 кадр.

Мужчина средних лет, приятной наружности сидит за рабочим столом, за окном темно, смотрит на часы рядом пустые столы, коллеги уже давно ушли. 2 кадр.

Выходит с работы (показано около входа в здание) темно, серо, загазованность, тучи, пробки. У мужчины очень уставший вид.

3 кадр.

Сидит за рулем автомобиля, пробка, он очень устал. И видит на плакате, вдоль дороги: пляж, голубое море, три обезьяны в юбках папуасов в теньке возле пальм (вокруг палящая жара), с улыбками, излучающими счастье, с бокалами в руках (на бокале иней) танцуют. Ему кажется, что это происходит в живую (звучит веселая, но в то же время спокойная музыка (Боб Марли)) обезьяны жестикулируют (жестикуляции означают - иди к нам). Он опускает голову вниз, протирает глаза, смотрит снова, все застывает.

4 кадр.

Мужчина, только зайдя в дом, идет на кухню. Смотрит в холодильник – пусто, на плите в костюлях - пусто. Звонит жене.

5 кадр.

Красивая, но с очень уставшим видом женщина берет трубку. Она за рулем автомобиля, вокруг огромная пробка.

6 кадр.

Мужчина выходит из машины около супермаркета, и снова этот плакат с ожившими героями и опять зазывающие жесты, обезьяны протягивают ему руки. Он подходит к плакату, из плаката обезьяна дает ему что-то в руку.

7кад.

Мужчина с отдохнувшим, веселым, счастливым видом рядом красавица жена на пляже вместе с этими обезьянами в теньке (вокруг жара), рядом много красивых людей, все улыбаются, видно хорошо накрытый стол, королевские креветки и т. п., в руке бокал шампанского (бокал в инее). Кругом веселье, улыбки, счастье. Мужчина, обнимая жену, показывает в камеру визитную карточку.

8 кадр.

На весь экран. На фоне линии берега и моря написано: Давай к нам - в центре, большими буквами желтым цветом. В левом нижнем углу нарисованы три серые обезьяны с улыбками, в юбках попуасов. Ближе к ним надпись «Три серые обезьяны» в центре, но ближе к левой стороне, фиолетовым цветом, чуть ниже, меньшими буквами, желтым цветом: индивидуальный подход, надежная компания, 555 44 33.

**Анализ рекламного продукта:**

*Позиционирование:*

Целевая аудитория: широкий круг лиц. С 18 лет до 60. Люди, которым надоели будни, начиная от среднего достатка, выбирающие надежные компании.

Функции товара*:* избавление от усталости и проблем, от тяжелых будничных дней.

*Способ формирования имиджа:* волшебность, антропоморфность.

*Приемы создания имиджа:* акцентирование, контаминация.

*Техники:*

1. Мотивационный подход – обретение привлекательности, уникальности и надежности;

2. Суггестия через фоновые факторы (веселая музыка).

*Психологические задачи рекламы:*

1. Привлечение внимания - способ уйти от проблем и усталости, противопоставление обычной жизни и райскому отдыху.
2. Вызов интереса к рекламируемому объекту - интерес вызывается к фирме «Три серые обезьяны»
3. Возбуждение желания - хочется уйти от повседневных проблем с помощь данной компании.
4. Формирование убеждения - есть отличный вариант отдохнуть с помощью фирмы «Три серые обезьяны».

**Наружная реклама.**

Наружную рекламу можно использовать в практически любых рекламных кампаний. Однако часто ее рассматривают лишь в качестве поддержке рекламе, идущей на телевизионных каналах. А между тем в тех случаях, когда дизайн наружной рекламы и дизайн плаката отличается оригинальным воплощением и в полной мере несет в себе смысл коммуникационного посыла вашей кампании, он может существовать и в качестве независимого вида рекламы. При этом наружная реклама действует не только на представителей целевой аудитории, который (если только ваш товар не имеет строгой специфики) обязательно найдется в толпе, проходящей мимо. Каждый прохожий оказывается под влиянием дизайна наружной рекламы.

**Описание рекламы**

Данная реклама будет использована в качестве поддержки телевизионного ролика.

Это последний кадр телевизионной рекламы. На весь экран. На фоне линии берега и моря написано: Давай к нам - в центре, большими буквами желтым цветом. В левом нижнем углу нарисованы три серые обезьяны с улыбками, в юбках попуасов, причесанные и накрашенные, как люди. Ближе к ним надпись «Три серые обезьяны». В центре, но ближе к левой стороне, фиолетовым цветом. Чуть ниже, меньшими буквами, желтым цветом: надежная компания, индивидуальный подход, 555 44 33.

**Анализ рекламного продукта:**

*Позиционирование:*

Целевая аудитория: широкий круг лиц. С 18 лет до 60. Люди, которым надоели будни, начиная от среднего достатка, выбирающие надежные компании.

Функции товара*:* избавление от усталости и проблем, от тяжелых будничных дней, индивидуальный подход, надежность компании.

*Способ формирования имиджа:* волшебность, антропоморфность.

*Приемы создания имиджа:* акцентирование, контаминация.

*Техники:*

1. Мотивационный подход – обретение привлекательности, уникальности и надежности;

2. Суггестия через фоновые факторы (веселая музыка).

*Психологические задачи рекламы:*

1. Привлечение внимания - способ уйти от проблем и усталости, противопоставление обычной жизни и райскому отдыху.
2. Вызов интереса к рекламируемому объекту - интерес вызывается к фирме «Три серые обезьяны»
3. Возбуждение желания - хочется уйти от повседневных проблем с помощь данной компании.
4. Формирование убеждения - есть отличный вариант отдохнуть с помощью фирмы «Три серые обезьяны».

*Текстовая часть:*

Заголовок – Давай к нам

Основной рекламный текст - есть

Эхо-фраза - нет

Кода - есть

*Изобразительная часть:*

Eyestopper: красивый пейзаж, три обезьяны, одетые и причесанные, как люди.

Цвета: желтый – теплый, веселый, запоминающийся и привлекающий внимание; фиолетовый - очень агрессивный цвет, вызывающий тревожные ощущения (тонкая игра на страхе потерять спокойствие и радость); синий - бодрость, доверие, надежность, спокойствие; зеленый – говорит о выгодности предложения и стабильности.

**Аналитическая часть**

Для расчета общей стоимости рекламной кампании необходимо отдельно посчитать стоимость каждого вида рекламного продукта.

Период, на который мы будем размещать наружную рекламу, составит 10 месяцев, так же трансляция на телевидении составит срок в 10 месяцев (далее планируется разработка новых реклам для большей заинтересованности клиентов).

**Размещение рекламы на телевидении**

Продолжительность нашего ролика 58 сек, его округляют до минуты, стоимость ролика по данным «Брэнд Медиа», видеоролик сложный, постановочный, 58 сек. (видеосъемка, Betacam SP, актеры, графика, анимация) = 250 000 руб.

|  |
| --- |
| Понедельник — Пятница |
| Время рекламного блока | Название рекламного блока (передачи) | Стоимость в начале блока (c НДС)  | Стоимость внутри блока (c НДС) |
| 15:15, 14:20, 14:25 | Программа ОРТ/ Концерт/ Юмористическая программа/ Фильм |   | 278 300руб./минута  |
| 17:00 | Информационная программа | 278 300руб./минута  |   |
| 17:25 | Программа ОРТ/ Фильм/ Сериал |   | 278 300руб./минута  |
| 18:00 | Программа ОРТ/ Фильм/ Сериал |   | 556 600руб./минута  |
| 19:05 | Фильм/ Сериал/ Программа ОРТ |   | 556 600руб./минута  |
| 20:00 | Время | 1 644 500руб./минута  |   |
| 20:30 | Фильм/ Сериал/ Программа ОРТ |   | 885 500руб./минута  |
| 21:35 | Фильм/ Сериал/ Программа ОРТ |   | 885 500руб./минута  |
| 22:35, 22:30 | Программа ОРТ/ Док.фильм |   | 657 800руб./минута  |
| 23:40, 23:45 | Информационная программа/ Программа ОРТ | 278 300руб./минута  |   |

|  |
| --- |
| Суббота — Воскресенье |
| Время рекламного блока | Название рекламного блока (передачи) | Стоимость в начале блока (c НДС) | Стоимость внутри блока (c НДС) |
| 9:00 | Информационная программа | 278 300руб./минута (ВС) | 278 300руб./минута (СБ) |
| 9:10 (ВС) | Программа ОРТ/ Фильм/ Сериал |   | 556 600руб./минута |
| 10:00 (СБ) | Программа ОРТ |   | 278 300руб./минута |
| 10:25 (ВС) | Фазенда |   | 455 400руб./минута |
| 11:00 (ВС) | Новости | 278 300руб./минута |   |
| 11:10 (СБ) | Смак |   | 556 600руб./минута  |
| 11:10 (ВС) | Программа ОРТ |   | 455 400руб./минута |
| 12:50 (СБ) | Программа ОРТ |   | 455 400руб./минута |
| 12:55 (ВС) | Программа ОРТ |   | 759 000руб./минута |
| 14:00 | Программа ОРТ/ Фильм/ Сериал |   | 305 500руб./минута |
| 15:25, 15:35 | Фильм/ Сериал/ Программа ОРТ |   | 278 300руб./минута |
| 16:25 (ВС) | Программа ОРТ |   | 278 300руб./минута |
| 17:30, 17:55 | Программа ОРТ/ Концерт/ Юмористическая программа/ Фильм |   | 759 000руб./минута |
| 18:30 (СБ) | Программа ОРТ/ Концерт/ Юмористическая программа/ Фильм |   | 759 000руб./минута |
| 20:00 | Информационная программа | 1 644 500руб./минута |   |
| 20:20 (СБ), 20:55 (ВС) | Программа ОРТ/ Концерт/ Юмористическая программа/ Фильм |   | 1 012 000руб./минута |
| 22:05 (СБ) | Программа ОРТ/ Концерт/ Юмористическая программа/ Фильм |   | 455 400руб./минута |
| 22:40 (ВС) | Фильм/ Программа ОРТ |   | 455 400руб./минута |

Рекламу в будни будем показывать через день, и в каждые выходные.

Стоимость рекламы на 10 месяцев: 87043120+38969600=476739120 руб.

 Итог: стоимость рекламы на «орт» на 10 месяцев вместе со съемкой рекламного ролика составляет 476 989 120.

**Размещение наружной рекламы.**

По данным «аллен медиа» изготовение 80 плакатов бедет стоить 1400000 рублей, мы планируем разместить 60 плакатов по всей Москве, 25% от всех плакатов изготавливаются в случае порчи.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Название | Стоимость (для резидентов) | Стоимость (для нерезидентов) |   | Владелец |
| Пл. Бангалор (4-сторонняя конструкция), Фабрика Рекламы | 650$/1 мес. за сторону | 900$/1 мес. за сторону |  | Фабрика Рекламы |
| Пр. Независимости (2-сторонняя конструкция), Фабрика Рекламы | 600$/1 мес. за сторону | 825$/1 мес. за сторону |  | Фабрика Рекламы |
| Пр. Машерова / Пр. Победителей (3-сторонняя вращающаяся конструкция), Фабрика Рекламы | 370$/1 мес. за сторону | 550$/1 мес. за сторону |  | Фабрика Рекламы |
| Ул. Интернациональная (район развлекательного центра «Журавинка», 2-сторонняя конструкция), Фабрика Рекламы | 350$/1 мес. за сторону | 490$/1 мес. за сторону |  | Фабрика Рекламы |

Исходя из данных приведенных в данной таблице, средняя стоимость размещения 60 плакатов на 10 месяцев составляет 30968000 рублей

Итог: стоимость наружной рекламы на 10 месяцев составит 1400000+30968000=1 709 680 рублей.

Итак, расход на рекламу на 10 месяцев на телеканале «орт» и на 80 плакатах, расположенных по всему городу составляет 478 698 800 рублей.

Подсчитаем эффективность рекламы на месяц. В прайм-тайм у экранов находятся порядка 15 000 000 человек, из которых 150 000 (1%) при однократном показе увидят данную рекламу и 3 000 000 (20%) захотят купить данный товар. 3 000 000 человек \* 30дней = 90 000 000 человек.

Средняя математическая стоимость путевки 33 500 рублей.

Количество людей, желающих приобрести товар, после рекламы, включая постоянных клиентов 10 000 000 человек.

Выручка от товара составляет 335 000 000 000 рублей.

Себестоимость 335 000 000 000 – 50% =167 500 000 000 рублей

Чистая прибыль составляет 167 500 000 000 – 478 698 800 = 167 021 301 200 рублей.

Итог: так как фирма очень большая и у нее огромное количество клиентов, расходы потраченные за 10 месяцев на рекламу окупаются за месяц.

**Заключение**

Целью данной курсовой работы была разработка рекламной кампании для туристической фирмы «Три серые обезьяны». Был разработан рекламный ролик для воспроизведения его на телевидении. Ролик предназначался для целевой аудитории от 18 до 60 лет.

Так же для поддержки телевизионного ролика была разработана реклама на билбордах по всему городу.

Были проведены расчеты экономической эффективности рекламной кампании, направленной на привлечение внимания потребителей к новому продукту.

Можно с уверенностью сказать, что затраты окупаются полностью, что позволяет увеличить продажи продукта, а следовательно и прибыль организации.

Высокая эффективность позволит в будущем вывести компанию на более высокий уровень, например на европейский рынок.

**Список использованной литературы**:

1. www.yarkon.ru
2. www.is-t.ru
3. Лекционный материал по дисциплине «Психология рекламы и связей с общественностью».