**Содержание**

1. Краткая характеристика рекламного агентства и сферы деятельности……3

2. Услуги, предоставляемые рекламным агентством………………………......4

3. Состав оборудования и технических средств рекламного агентства………8

4. Структурная схема……………………………………………………………11

5. Описание используемого программного обеспечения……………………..13

6. Технология реализации типовой услуги рекламного агентства …………..17

7.Оценка экономической эффективности проекта…………………………….20

8. Список используемой литературы и источников…………………………...23

###### 1. Краткая характеристика рекламного агентства и сферы деятельности

**Рекламное агентство полного цикла** – это рекламное агентство, которое предоставляет полный комплекс рекламных услуг.

Рекламное агентство полного цикла, в соответствии со своим названием, предоставляет клиентам **полный комплекс рекламных услуг**. Эти услуги включают в себя:

1.    Стратегию маркетингового развития. Создают стратегию построения и продажи марки для целевой аудитории.

2.    Создание рекламы. Это арт-директора, которые и создают саму рекламу и копирайтеры, которые составляют рекламные тексты, способствующие увеличению объемов продаж.

3.    Медиа планирование. Проводит исследования с тем, чтобы определить целевую аудиторию для данной рекламной кампании.

4.    Покупка рекламы в СМИ. Основывается на выбранной целевой аудитории для данной рекламной кампании.

5.    Планирование. Определение количественных и качественных факторов, затрагивающих восприятие и отношение потребителя к рекламируемому товару. Например, определенный автомобиль позиционируется как “женский”, тем самым сокращается мужская аудитория.

6.    Производство. Это сам процесс физического преобразования рекламной стратегии в реальную рекламу в печати, рекламу по радио и телевидению, или любой другой вид рекламы.

До начала 1970-ых годов, рекламные агентства гордились тем, что они предоставляют дополнительные услуги, такие как стимулирование сбыта (sales promotion), прямой ответ (direct response) и связи с общественностью (public relations). Профессионалы в области рекламы создавали рекламу, включая прямой ответ (direct response) и стимулирование сбыта (sales promotion), как часть одной комплексной работы. В середине 1970-ых произошли кардинальные изменения в работе рекламных агентств. Агентства поняли, что услуги, которые они предоставляли бесплатно и включали в комплекс разработки и производства рекламы, могут самостоятельно приносить прибыль рекламному агентству.

Современные **рекламные агентства полного цикла**  концентрируются только на рекламировании. Если клиенту нужна разработка прямого ответа (direct response), связи с общественностью (public relations) или другие нерекламные услуги, он должен оплатить эти услуги отдельно.

Рекламное агентство полного цикла «Креатив» является предприятием полного цикла, способным выполнить практически любую задачу по превращению вашей продукции или услуг в настоящий бренд и продвижению этого бренда в массы.

Рекламное агентство «Креатив» готово выполнить весь комплекс работ, от нейминга (придумывания «продающего» названия компании) и разработки логотипа, до массовых PR акций и активных продаж. Оно поможет познакомить потенциальных потребителей с предлагаемым продуктом и сформировать положительное отношение к бренду, активизировать продажи, обойти конкурентов и занять лидирующее положение на рынке выбранных товаров или услуг.

Оно состоит из нескольких отделов. Связь между рекламодателями и самим агентством осуществляют опытные менеджеры отдела по работе с клиентами. Дизайнеры и копирайтеры, создающие рекламно-информационные материалы, образуют творческий отдел агентства. Рекламный отдел занимается размещением этих материалов в СМИ, на улицах городов и в Интернете. В ведении отдела спецпроектов вся деятельность, связанная с BTL: проведение промо акций, выставок, презентаций, распространение листовок и рекламной почты и многое другое.

**2. Услуги, предоставляемые рекламным агентством**

В комплекс мероприятий по рекламе продукта, предлагаемый рекламным агентством «Креатив», входят следующие работы:

1. маркетинговые исследования рынка продукта или услуги, спроса, целевой аудитории, конкурентов;
2. разработка стратегии продвижения товара, услуги или бренда на рынке;
3. определение тактических задач и мероприятий по их решению;
4. разработка товарных знаков и фирменных стилей;
5. брендинг;
6. создание идей рекламных компаний;
7. создание рекламно-информационных текстов, слоганов, разработка дизайна, анимации и мультимедийной продукции;
8. изготовление рекламной продукции, в том числе полиграфия, широкоформатная печать, создание элементов наружной и внутренней рекламы;
9. размещение рекламы. Сюда входят услуги по размещению рекламы в средствах массовой информации, наружная реклама – перетяжки, брандмауэры, щиты, крышные установки и др., а так же размещение рекламы в сети Интернет;
10. проведение промо акций;
11. изготовление сувенирной продукции; и многое другое, что может способствовать ознакомлению с товаром или услугой целевой аудитории и побуждать её к совершению покупки.

Наиболее важные услуги, которые предоставляет рекламное агентство это создание рекламной кампании (Бараненко Е.В.) и размещение рекламы в СМИ (Кадочникова Е.В.). Проведение рекламных кампаний в СМИ – это трансляция звуковой или визуальной информации (в зависимости от СМИ), созданной и записанной по определённому сценарию. Соответственно если речь идёт о рекламе на радио – то в качестве рекламного продукта выступает звуковой ролик, если же реклама показывается по телевидению – то снимается видео ролик, также содержащий звуковую информацию. Также реклама может размещаться на печатных носителях информации – газеты, журналы, баннеры, щиты и т.п. В этом случае информация будет в виде тексто-графических изображений. Создание рекламной кампании реализация данной услуги во многом зависит от работников агентства, но без технических и программных средств невозможно было бы воплотить ее в жизнь.

Под каждый вид рекламы требуются свои технические и программные средства, позволяющие выполнить заказ на должном уровне. Но профессиональное оборудование для звуковой и видео записи, его содержание и обслуживание стоит значительных денежных средств, поэтому на рынке чаще встречаются компании, специализирующиеся на каком-то одном направлении.

А поскольку клиенту удобнее обратиться в одну организацию, которая и подберёт и сделает все заказы, услуги нашего агентства, как своего рода посредника, достаточно востребованы на рынке. Т.е. у нас есть отлаженные контакты со всеми студиями, производящими рекламу всех типов. И клиенту достаточно просто обратиться к нам, высказать свои пожелания и условия, а мы сами будем работать с непосредственными изготовителями.

Поэтому для нашего агентства необходим набор программных и технических средств, способных наглядно предоставлять все виды информации (звуковую, графическую и видео). Для этого используются мощные персональные компьютеры с высококачественными жидкокристаллическими мониторами, звуковая система, проекционный экран и проектор для проведения конференций и показа презентационных роликов. Полные версии стандартных офисных программ вполне обеспечивают потребности для демонстрации. На данный момент создание специализированного программного обеспечения не требуется, но в будущем, при расширении спектра предоставляемых услуг, это возможно.

Минимальные системные требования к компьютерам:

* Компьютер и процессор с частотой не ниже 500 мегагерц (МГц)
* Память ОЗУ не менее 256 мегабайт (МБ)
* Место на жестком диске 2 гигабайт (ГБ). Часть места на диске будет освобождена после установки при удалении с него исходного загрузочного пакета.
* Устройство чтения дисков устройство чтения компакт-дисков или DVD-дисков
* Экран с разрешением не менее 1024x768

Требования к МФУ:

* Печать: лазерная;
* Разрешение: 1200\*600;
* Формат: А4.

Требования к принтеру:

* Печать: лазерная;
* Интерфейс: USB 2.0, Ethernet;
* Формат: А4.

Требования к проектору:

* Выход: VGA;
* Разрешение: 600\*800;
* Световой поток: 2000 люмен;
* Контрастность: 2500:1

Требования к факсу:

* Тип печати: термоперенос;
* Ёмкость автоподачи: 10 листов;
* Скорость модема: 14,4.

Требования к программному обеспечению:

* Операционная система MS Windows XP Professional SP3 Russian OEM
* Microsoft Office Pro 2007: MS Word, MS Exsel; MS Power Point; MS Access;
* Антивирус.

**4. Структурная схема**

Сетевая топология - способ описания конфигурации сети, схема расположения и соединения сетевых устройств. Существует множество способов соединения сетевых устройств, из них можно выделить пять базовых топологий: шина, кольцо, звезда, ячеистая топология и решётка. Остальные способы являются комбинациями базовых. В общем случае такие топологии называются смешанными или гибридными, но некоторые из них имеют собственные названия, например «Дерево».

Для рассматриваемого рекламного агентства оптимальным вариантом сетевой топологии является «звезда».

Звезда́ — базовая топология компьютерной сети, в которой все компьютеры сети присоединены к центральному узлу (обычно сетевой концентратор), образуя физический сегмент сети. Подобный сегмент сети может функционировать как отдельно, так и в составе сложной сетевой топологии (как правило "дерево").

**Маршрутизатор**

Компьютер 1

Компьютер 2

Компьютер 3

Принтер

МФУ

*Интернет*

Рис.1 Структурная схема сетевой топографии Звезда.

Компьютеры имеют следующие интерфейсы на передней панели 2 x USB 2.0 и 2 x HD / AC'97 Audio. МФУ имеет интерфейс USB / 2.0 Hi-Speed, лазерный принтер имеет интерфейс USB 2.0, RJ-45 LAN (Gigabit Ethernet 10/100/1000Base-TX).

**Достоинства**

* выход из строя одной рабочей станции не отражается на работе всей сети в целом;
* хорошая масштабируемость сети;
* лёгкий поиск неисправностей и обрывов в сети;
* высокая производительность сети (при условии правильного проектирования);
* гибкие возможности администрирования.

**Недостатки**

* выход из строя центрального концентратора обернётся неработоспособностью сети (или сегмента сети) в целом;
* для прокладки сети зачастую требуется больше кабеля, чем для большинства других топологий;
* конечное число рабочих станций в сети (или сегменте сети) ограничено количеством портов в центральном концентраторе.

В рекламном агентстве используется три идентичных по техническим характеристикам компьютера, которые по большому счёту могут быть взаимозаменяемыми в случае необходимости.

Первый компьютер предназначен для оператора по приёму заказов клиентов. На нём формируется заказ клиента, который в последующем обрабатывается другими сотрудниками.

Второй компьютер предназначен для демонстрации рекламных продуктов. Соответственно к нему подключен проектор и звуковое оборудование.

На третьем компьютере решаются задачи исполнения заказа, связь с подрядчиками и т.п. Все компьютеры объединены в единую локальную сеть, подключены к сети интернет по средством маршрутизатора. Также для удобства все ПК имеют подключение к МФУ и лазерному принтеру.

**5. Описание используемого программного обеспечения**

На компьютерах установлены следующие программы: Операционная система MS Windows XP Professional SP3 Russian OEM, Офисная программа Microsoft Office Pro 2007, Антивирус Kaspersky Internet Security 2010. В них входит набор программ, полностью обеспечивающий все необходимые операции при работе рекламного агентства.

***MS Windows XP Professional SP3 Russian OEM***

Microsoft Windows XP Professional SP3 Russian OEM — это выбор организаций, которые хотят в полном объеме использовать возможности вычислительной техники. Предоставляя передовые возможности, например поддержку беспроводных сетей и услуги удаленного помощника, Windows XP Professional устанавливает новый уровень эффективности и надежности в обработке данных.

Новые возможности, отсутствующие в предыдущих версиях операционной системы Windows:

Поддержка беспроводных сетей

Автоматическое подключение к беспроводной сети как дома, так и на работе, либо в общедоступных точках с помощью простой в использовании функции, не требующей настройки. Кроме того, самая современная технология безопасности помогает защитить данные при работе с беспроводными сетями в любом месте и в любое время.

Более высокая производительность и совершенная многозадачность

Одновременное выполнение нескольких программ — даже наиболее требовательных к вычислительным ресурсам — и по-прежнему быстрый отклик системы на команды. С установленной Windows XP переносной компьютер быстрее, чем когда бы то ни было раньше, переходит в ждущий или спящий режим и возвращается обратно в рабочее состояние, при этом поддерживается высокая эффективность и стабильность работы.

Windows Messenger

Обмен мгновенными сообщениями с сотрудниками и клиентами. Всегда точная информация о наличии собеседника в сети. Возможность выбора типа сообщений — текстового, речевого или видео — с прежде недоступным высоким уровнем качества.

Удаленный рабочий стол

Простой доступ к настольному компьютеру с другого компьютера, работающего под управлением Windows 95 или более новой версии Windows. Обеспечивается доступ ко всем данным, файлам и программам, даже если вы находитесь за пределами офиса.

Удаленная поддержка

Теперь ваш друг или ИТ-специалист (ИТ — информационные технологии) может помочь вам справиться с проблемами, связанными с компьютером, или обучить вас новым технологиям, независимо от того, где они находятся — в одной с вами комнате или в другом городе.

Графический интерфейс на основе задач

Благодаря более понятному интерфейсу и новым визуальным подсказкам, можно быстро и легко обращаться к наиболее часто выполняемым задачам.

Надежность профессионального уровня

Организовав работу на базе Windows XP, вы будете всегда уверены в надежности и работоспособности системы. Созданная на основе проверенной операционной системы Windows 2000, Windows XP отличается повышенной надежностью и обладает возможностями, которые облегчают восстановление системы при возникновении проблем.

***Microsoft Office Pro 2007***

Подробное описание

 Microsoft Office Word 2007 позволяет пользователю создавать и использовать профессионально оформленные документы, соединяя набор средств создания документов с простым в использовании интерфейсом.

 Microsoft Office Excel 2007 - это популярная многофункциональная программа, позволяющая анализировать информацию для принятия более обоснованных решений.

 Microsoft Office PowerPoint 2007 позволяет быстро создавать красочные, движущиеся презентации, объединяя защищенный рабочий поток и удобные способы совместного использования этих сведений.

 Microsoft Office Publisher 2007, русская версия, упрощает для пользователей самостоятельное создание и распространение эффективных маркетинговых материалов.

 Microsoft Access 2007 позволяет специалистам по работе с информацией вести таблицы данных и составлять по ним отчеты, используя усовершенствованный интерфейс и интерактивные возможности конструирования, не требующие глубоких знаний в области баз данных. Данные можно предоставлять в общий доступ, размещая их в Интернете в виде списков, допускающих проверку и резервное копирование.

 Microsoft Office Outlook 2007 с диспетчером контактов объединяет мощные функции управления контактами с возможностями Microsoft Outlook. Такое сочетание помогает пользователям экономить время, более эффективно организовывать продажи и маркетинговые кампании и повышать качество услуг, предоставляемых клиентам.

**Состав набора приложений выпуска Microsoft Office Профессиональный 2007**

 Microsoft Office Word 2007, русская версия

 Microsoft Office Excel 2007, русская версия

 Microsoft Office PowerPoint 2007, русская версия

 Microsoft Office Publisher 2007, русская версия

 Microsoft Access 2007, русская версия

Системные требования

 Компьютер и процессор с частотой не ниже 500 мегагерц (МГц)

 Память ОЗУ не менее 256 мегабайт (МБ)

 Место на жестком диске 2 гигабайт (ГБ). Часть места на диске будет освобождена после установки при удалении с него исходного загрузочного пакета.

 Устройство чтения дисков устройство чтения компакт-дисков или DVD-дисков

 Экран с разрешением не менее 1024x768

# *Kaspersky Internet Security 2010*

Kaspersky Internet Security 2010 – это оптимальное решение для защиты компьютера. Продукт содержит все необходимое для безопасной работы в интернете – от признанных во всем мире антивирусных технологий до самых передовых разработок в сфере информационной безопасности.

* Проверка файлов, веб-страниц, почтовых и ICQ-сообщений
* Блокирование ссылок на зараженные и фишинговые веб-сайты
* Проактивная защита от неизвестных угроз, основанная на анализе поведения программ
* Контроль работы программ и ограничение их доступа к важным областям ОС и личным данным пользователя
* Доступ к паролям, логинам и другим личным данным – только для доверенных программ
* Защита от хакерских атак, обеспечение безопасности беспроводных соединений
* Защита от спама и фишинга в почтовых программах
* Блокирование баннерной рекламы на веб-страницах
* Родительский контроль (ограничение использования интернета детьми)
* Самозащита антивируса от попыток выключения со стороны вредоносного ПО
* Регулярные и экстренные обновления – всегда актуальная защита компьютера

**6. Технология реализации типовых услуг рекламного агентства «Креатив»**

Рассмотрим пошаговый алгоритм реализации типовых услуг рекламного агентства «Креатив».

**Создание рекламной кампании:**

1. оформление заказа. Беседа с генеральным директором рекламного агентства, оформление договора на оказание рекламных услуг. Осуществляется с помощью компьютера, МФУ.

2. передача исходных данных креативному директору, т.е. желаемые дата и время сдачи проекта и начала проведения рекламной кампании, информация о рекламируемом продукте или услуге (характеристики), прочие пожелания. Составляется план работ на основе заключенного договора, выбор необходимых специалистов. Осуществляется с помощью компьютера, МФУ.

3. формулировка цели бренда. На данном этапе происходит анализ продукта, описание рекламного товара, определяется жизненный цикл товара, конкурентные преимущества. Осуществляется с помощью компьютера, Интернет, МФУ.

4. анализ рынка. Происходит анализ конкурентов (ассортимент, целевая аудитория, позиционирование, методы продвижения, ценообразование), анализ предполагаемой целевой аудитории (характеристики, предпочтения), рынки сбыта. Осуществляется с помощью компьютера, Интернет, МФУ.

5. формулировка стратегии бренда. Создается миссия и философия бренда, имя, логотип, шрифт, фирменный персонаж, упаковка. Формируется образ имидж будущей рекламной кампании. Осуществляется с помощью компьютера, МФУ, лазерный принтер.

6. презентация модели рекламной кампании заказчику. Проведение презентации и получение подтверждения от заказчика на дальнейшую работу. Осуществляется с помощью компьютера, МФУ, лазерный принтер, проектора, проекционного экрана.

7. распределение рекламного бюджета по различным СМИ. Определяется отношение целевой аудитории ко всей аудитории по специализации рекламируемого товара и территориальному охвату. Осуществляется с помощью компьютера, Интернет, МФУ.

8. реализация рекламной кампании. Заключение договоров с различными представителями СМИ, размещение рекламы в Интернете. Осуществляется с помощью компьютера, Интернет, МФУ, факса.

9. проведение рекламных мероприятий (показы, выставки, PR акции). Осуществляется с помощью компьютера, Интернет, МФУ, факса, проектора и проекционного экрана. \*

10. анализ эффективности маркетинговых мероприятий. Сбор статистических данных, сравнение показателей. Осуществляется с помощью компьютера, Интернет, МФУ.

\* Например, чтобы провести эффективную презентацию необходимо:

* В Интернете найти и проанализировать рынок: конкурентов, целевую аудиторию (характеристики, чтобы информация была доступнее).
* В Microsoft Office Excel и Access поместить найденную информацию, т.к. они позволяют анализировать ее для принятия решений, составлять базы данных, что упрощает работу с большим объемом материала.
* В Microsoft Office Word описать полученные результаты, подготавливается отчет по найденной информации.
* Далее все полученные результаты распечатываются при помощи МФУ и выводятся проектором на проекционный экран.

**Размещение рекламы в СМИ:**

Типовой услугой рекламного агентства является размещение рекламных материалов в средствах массовой информации. К ним могут относиться печатная продукция (журналы, газеты), радио, телевидение.

В общем случае данная услуга состоит из следующих этапов:

* Обращение заказчика в агентство;
* Определение целей и бюджета (осуществляется с помощью компьютера, Интернет, МФУ) \*;
* Поиск подходящих СМИ (осуществляется с помощью компьютера, Интернет, МФУ);
* Согласование условий, заключение договора (осуществляется с помощью компьютера, МФУ, факса);
* Оплата рекламной кампании;
* Подготовка и согласование рекламного материала (осуществляется с помощью компьютера, МФУ, факса);
* Запуск рекламного материала в СМИ;
* Контроль за показом материалов (осуществляется с помощью компьютера, Интернет, факса);
* Оценка эффективности рекламной кампании (осуществляется с помощью компьютера, Интернет, МФУ);
* Остановка рекламной кампании по выполнении условий договора.

Например, чтобы определить цели и бюджет необходимо:

* В Интернете найти и проанализировать рынок услуг, которые предлагают различные СМИ.
* В Microsoft Office Excel поместить найденную информацию, т.к. она позволяет рассчитать бюджет необходимый для реализации услуги.
* В Microsoft Office Word описать полученные результаты.
* Далее все полученные результаты распечатываются при помощи МФУ.

**7.Оценка экономической эффективности проекта**

Цель проекта: разработать комплекс мероприятий по техническому оснащению рекламного агентства для эффективной реализации типовых услуг.

Условия реализации проекта:

* необходимо финансирование в размере 350000;
* заключение договоров на приобретение основного оборудования, средств технического оснащения, расходных материалов и необходимого программного обеспечения;
* обучение персонала;
* внедрение новой типовой услуги;
* выход на прогнозируемый объём реализации типовой услуги до конца 2010 г.;

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Календарный план |  |  |  |  |  |  |
| **Дата** | **2009** | | **2010** | | | |
| **Задача** | lll | lV | l | ll | lll | lV |
| Разработка проекта | **х** |  |  |  |  |  |
| Заключение договоров на покупку оборудования |  | **х** |  |  |  |  |
| Поставка и настройка оборудования |  |  | **х** |  |  |  |
| Покупка расходных материалов |  |  | **х** |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Планирование валового дохода от реализации услуги | | | |  |
| **Услуга** | **Кол-во клиентов в месяц** | **Цена услуги (руб)** | **Доход за месяц** | **Доход за год** |
| Размещение рекламы в СМИ | 10 | 38000 | 380000 | 4560000 |
| Планирование рекламной кампании | 15 | 29000 | 435000 | 5220000 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Планирование валовых издержек | |  |
| **Статья затрат** | **Всего за месяц** | **Всего за год** |
| Приобретение расходных материалов | 20000 | 240000 |
| Оплата труда | 250000 | 3000000 |
| Отчисления на соц.нужды | 65000 | 780000 |
| Эксплуатационные расходы | 5650 | 67800 |
| Аренда помещения | 80000 | 960000 |
| Расходы на рекламу | 90000 | 1080000 |
| Офисные расходы | 30000 | 360000 |
| **ИТОГО** | 540650 | 6487800 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Прогноз финансовой деятельности организации | | | | |
|  | **Дата** | **2010** | | | |
|  | **Статьи доходов/расходов** | l | ll | lll | lV |
| 1 | Объём реализации типовой услуги | 978000 | 1711500 | 2445000 | 2445000 |
| 2 | Затраты на реализацию услуг | 409080 | 715890 | 1022700 | 1022700 |
| 2.1 | Затраты на расходные материалы | 24000 | 42000 | 60000 | 60000 |
| 2.2 | Расходы на оплату труда | 300000 | 525000 | 750000 | 750000 |
| 2.3 | Эксплуатационные услуги | 6780 | 11865 | 16950 | 16950 |
| 2.4 | Отчисления на соц.нужды | 78300 | 137025 | 195750 | 195750 |
| 3 | Прибыль от реализации услуг | 568920 | 995610 | 1422300 | 1422300 |
| 4 | Прочие расходы | 240000 | 420000 | 600000 | 600000 |
| 4.1 | Аренда помещения | 96000 | 168000 | 240000 | 240000 |
| 4.2 | Расходы на рекламу | 108000 | 189000 | 270000 | 270000 |
| 4.3 | Офисные расходы | 36000 | 63000 | 90000 | 90000 |
| 5 | Прибыль/убыток отчётного периода | 328920 | 575610 | 822300 | 822300 |
| 6 | Налог на прибыль | 49338 | 86342 | 123345 | 123345 |
| 7 | Чистая прибыль | 279582 | 489268 | 698955 | 698955 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| План движения денежных средств | | | |  | |  | |
| **Дата** | **2009** | **2010** | | | | | |
| **Статьи доходов/расходов** | lV | l | ll | | lll | | lV |
| *Поступления* | 350000 | 978000 | 1711500 | | 2445000 | | 2445000 |
| Вклады учредителей | 350000 |  |  | |  | |  |
| Банковский кредит |  |  |  | |  | |  |
| Выручка |  | 978000 | 1711500 | | 2445000 | | 2445000 |
| *Платежы* | 305172 | 698418 | 1221785 | | 1985430 | | 1721950 |
| Стоимость оборудования | 101172 |  |  | |  | |  |
| Аренда | 96000 | 96000 | 168000 | | 240000 | | 240000 |
| Расходы на рекламу | 108000 | 108000 | 189000 | | 270000 | | 270000 |
| Офисные расходы |  | 36000 | 63000 | | 90000 | | 90000 |
| Затраты на расходные материалы |  | 24000 | 42000 | | 60000 | | 60000 |
| Расходы на оплату труда |  | 300000 | 525000 | | 750000 | | 750000 |
| Эксплуатационные услуги |  | 6780 | 11865 | | 16950 | | 16950 |
| Отчисления на соц.нужды |  | 78300 | 137025 | | 195750 | | 195750 |
| Налоги и платежи |  | 49338 | 86342 | | 123345 | | 123345 |
| *Баланс* | 44828 | 279582 | 489268 | | 698955 | | 698955 |
| *БНИ* | 44828 | 324410 | 813678 | | 1512633 | | 2211588 |

На начальном этапе объем реализации услуги составляет 40%, то есть 978 000 руб. в месяц, далее 70% от потенциально возможного. Срок окупаемости проекта один год, доход от реализации услуг полностью покрывает вклады учредителей.

**8. Список используемой литературы и источников**

1. Рекламное агентство полного цикла http://www.all-agency.ru/articles/chto-takoe-reklamnoe-agentstvo-polnogo-tsikla/

2. http://www.vega-msk.ru/

3. http://www.pcwork.ru/kak\_rabotaet\_ethernet\_osnovnyie\_printsipyi\_rabotyi.htm

4. http://www.pcwork.ru/topologiya\_seti.htm

5. http://www.forum3.ru/

6. http://www.lintek.ru/

7. http://www.vistlan.ru/