

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

Гуманитарный факультет

Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью

**Выпускная квалификационная работа
по специальности 030602.65 - Связи с общественностью**

Тема:

**«Разработка комплексной коммуникационной кампании
на примере ООО «Татон»**

Выполнил: студент 6 курса
заочной формы обучения
Матвеев Андрей Сергеевич

Научный руководитель –
кандидат педагогических наук,
доцент,
Модестов Сергей Юрьевич

Санкт-Петербург
2016

Актуальность и новизна:

- Страйкболом интересуется большое количество представителей разных возрастов.
- С каждым годом данное направление становятся всё более популярными в нашей стране.
- В Ленинградской области проводится множество крупных сценарных военно-спортивных игр с применением пиротехнических средств и привлечением военной техники.

Цель и задачи:

- Проанализировать понятие и типологии комплексной коммуникационной кампании;
- Изучить вопросы организации и проведения комплексной коммуникационной кампании;
- Определить способы изучения эффективности проведения комплексной коммуникационной кампании;
- Исследовать возможности организации и проведения комплексной коммуникационной кампании в конкретной организации (на примере ООО «Татон»)
- Изучение ее целевой аудитории для улучшения имиджа фирмы в глазах покупателей и более эффективной стимуляции потребительского роста.

Методы исследования:

- Определение и уточнение проблемы – аналитический этап;
- Стратегический анализ, разработка предложения;
- Оценка предполагаемой эффективности коммуникационной кампании.

SWOT анализ.

	Сильные стороны/ Strengths (S)	Слабые стороны/ Weaknesses (W)
	<ul style="list-style-type: none"> Свой большой ассортимент в городе Первые официальные дилеры продукции «G&G Artman» Наличие собственного технического отдела для обеспечения ТО, ремонта и поставка сетей в России Наличие региональных представителей Индивидуальная работа с клиентом Большое количество предоставляемых сервисных услуг Удобное расположение магазинов Работа с розничными и оптовыми покупателями Активное участие в популяризации страйбола 	<ul style="list-style-type: none"> Не равномерное распределение продукции по магазинам Завышенные цены на не самую большую продукцию Жесткая привязка к текущему курсу валют Проблемы с поставками товаров из США Снижение покупательского интереса к пейнтболу
Возможности/ Opportunities (O)	SO стратегии	WO стратегии
<ul style="list-style-type: none"> Привлечение новых зарубежных партнеров и расширение своего ассортимента Нахождение новых рынков сбыта Создание крупнейшей сети магазинов и игровых площадок 	<ul style="list-style-type: none"> Разработка и создание собственной продукции Строительство и расширение новых игровых площадок Создание своих игровых площадок и сервисных точек 	<ul style="list-style-type: none"> Строительство и расширение торговых площадок на всей территории страны
Угрозы/ Threats (T)	ST стратегии	WT стратегии
<ul style="list-style-type: none"> Продолжение динамики роста иностранных валют Появление новых конкурентов Рост цен на нефть и налогов обуславливает повышение затрат на производство и транспортировку Появление новых импортной активной одежды Продление жонглистских санкций Возможно неблагоприятное изменение в законодательстве Автомобильная индустрия характеризуется большими колесными нагрузками Ограниченный рост мирового страйбола Возможно повышение производительности фирм конкурентов 	<ul style="list-style-type: none"> Участие в «Страйбол-2016» Участие в крупной международной игре «Внезап» Разработка совместных акций с «G&G Artman» 	<ul style="list-style-type: none"> Участие и размещение своих стоек на смежных конвенциях Концентрация на создании сотрудничества с тактическим пространством «Пулков 3» Разработка своих скинчек и аксессуаров

Таблица 1
SWOT анализ

Структура работы:

- Обоснование актуальности работы;
- Определение объекта и предмета работы;
постановка целей и задач;
- Определение методов проведения работы;
- Выявление проблем и предложений, обобщение результатов;
выводы.

Эмпирическая база:

- Магазин «Airsoftman»
- Магазин «El Soldado» (Франшиза Московской фирмы «Paintballer»)
- Магазин «Gremlin shop»
- Сеть магазинов «Fair Play Shop»



Рисунок 1

Сеть магазинов «Fair Play Shop»

МИСХАК ГИВАТИ 2010: "ЛИТОЙ СВИНЕЦ"

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКАЯ
СТРАЙКБОЛЬНАЯ КОМАНДА
"ГИВАТИ",
2С00 РLi и ГПДБ "РУБЕЖ".

Настоящим выражаем благодарность магазину "Airsoftman" за оказанную помощь в реализации и поддержку при проведении 26 и 27 июня 2010 года в Санкт-Петербурге "1-ой Международной страйкбольной игры по мотивам операции Армии Обороны Израиля" в секторе Газы «Литой Свинец» с участием команд России и ближнего зарубежья, моделирующих различные подразделения Цахал.



Рисунок 2

Благодарность магазину «Airsoftman»



G&G ARMAMENT
AIRSOFT GUNS & ACCESSORIES

Рисунок 3

Логотип фирмы «G&G Armament»



Рисунок 4

Сайт тактического пространства «Пулково 3»

СТРАЙККОН



Выставка
Ярмарка
Конвент
2016



G&G ARMAMENT
AIRSOFT GUNS & ACCESSORIES



Рисунок 5

Сайт выставки «Страйкон-2016»

СКИДКА НА ПРИВОДА
15%
КЕПКА ИЛИ МАЙКА G&G В ПОДАРОК.

Автомат HK416 от G&G
~~22260 руб.~~
19000 руб.

The advertisement features a diagonal split background. The top-left section is white and contains promotional text: 'СКИДКА НА ПРИВОДА' (Discount on airsoft), '15%' in large red font, and 'КЕПКА ИЛИ МАЙКА G&G В ПОДАРОК.' (Cap or G&G t-shirt as a gift). Below this, six airsoft rifles are displayed in two rows of three. The top row shows three rifles in black, tan, and black. The bottom row shows three rifles in black, black, and tan. On the right side, a soldier in full combat gear, including a helmet with a night vision device and a rifle with a scope, is shown in a dynamic pose. A red price tag is overlaid on the soldier's rifle, displaying 'Автомат HK416 от G&G' (HK416 rifle from G&G), the original price '22260 руб.' (22,260 rubles) with a strikethrough, and the discounted price '19000 руб.' (19,000 rubles) in bold. In the bottom-left corner, there are two circular logos: a red one with 'Fair Play SHOP *FPS*' and a white one with 'G&G ARMAMENT' and a central emblem featuring a flame and the letters 'G&G'.

Рисунок 6

Совместная акция с фирмой «G&G Armament»

Спасибо за внимание.

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

Гуманитарный факультет

Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью

**Выпускная квалификационная работа
по специальности 030602.65 - Связи с общественностью**

Тема:

**«Разработка комплексной коммуникационной кампании
на примере ООО «Татон»**

Выполнил: студент 6 курса
заочной формы обучения
Матвеев Андрей Сергеевич

Научный руководитель –
кандидат педагогических наук,
доцент,
Модестов Сергей Юрьевич

Санкт-Петербург
2016