

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/esse/218237>

**Тип работы:** Эссе

**Предмет:** Реклама и PR

-

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что на международных рынках с переизбытком производимых товаров конкурируют уже не товары, а идеи. Побеждают компании, удерживающие самую выгодную рыночную позицию. На этом фоне бренд и его ценности определяют успех или порвал. Компании должны уметь рассказать о себе: о своей внутренней жизни и своем внешнем облике, потому что самих товаров уже недостаточно. Покупатели приобретают компанию и все, что она собой представляет. Поэтому нужно научиться описывать себя связно и логически последовательно. Делают они это с помощью рекламы. Хорошая реклама позволяет рынку легче оценить, нравится ему компания или нет.

Интересным брендом для изучения успешной идеи и позиционирования себя на рынке является ИКЕА, который поистине является международным. Магазины ИКЕА представлены практически в каждой стране нашего мира на всех континентах.

Цель данного исследования состоит в том, чтобы изучить как помогла реклама бренду ИКЕА стать международным брендом и любимцем в разных странах, которому удается удерживать свои позиции более 50 лет.

Задачами данного исследования являются: изучить историю рекламы бренда; проанализировать какие виды рекламы использует ИКЕА в достижении своих целей; исследовать успешные и провальные рекламные компании бренда; раскрыть особенности рекламной компании в России.

Ингвар Кампрад -основатель торгово-производственной компании ИКЕА родился на юге Швеции в 1926 году. За хорошую учебу поощрил его деньгами и в 1943 году Ингвар открыл свою компанию, которую назвал ИКЕА. Это аббревиатура от Ингвар Кампрад Ельмтарид Агуннари (название фермы и деревни, где он вырос). Первоначально компания развозила покупателям различные мелкие товары, но в 1945 году возможности развозить товар исчерпались, и Ингвар начал рассылать их по почте. В 1948 году в ассортименте компании появилась мебель, которую Ингвар из деталей начал собирать на своем заводе. С 1955 года он начинает разрабатывать собственную мебель, открывать выставки и первый фирменный магазин появился в 1958 году. В 60-е годы Кампрад подсмотрел у американской сети Cash&Carry идею создания больших магазинов за чертой города, похожих на склады с консультантами и самообслуживанием. Магазины начали появляться по всей Швеции, а в конце 60-х годов компания вышла за пределы страны сначала в Скандинавском регионе, а затем и во всю Европу. Компания стала международной. На данный момент компания представлена в 41 стране мира с учетом франчайзинга, и насчитывает 325 магазинов. Штаб-квартира переехала в Нидерланды. В России насчитывается 17 магазинов ИКЕА в Москве, Санкт-Петербурге, Омске, Екатеринбурге, Казани, Ростов-на-Дону и других городах.

Список использованных источников:

1. Абдилова, А. Т. Влияние цифровизации на рынок рекламы: тенденции и новые тренды / А. Т. Абдилова // Цифровые технологии в социально-экономическом развитии России: взгляд молодых : сборник статей и тезисов докладов XVI национальной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов с международным участием, Челябинск, 18 февраля 2020 года. – Челябинск: Издательство «Перо», 2020.
2. Ульяновский А.В. Современные рекламные технологии. - СПб, 2011
3. Колосков Д. А. Управление проектами бенчмаркинга конкуретных преимуществ в многонациональной компании (на примере ИКЕА), автореферат диссертации. - СПб., 2008
4. Грачева В. Качество ведения бизнеса //Генеральный директор - 2006 - №7
5. Сайт компании ИКЕА ikea.com <https://www.ikea.com/ru/ru/this-is-ikea/about-us/nashe-nasledie-puba0e6edcd>
6. Сайт компании BBC bbc.com <https://www.bbc.com/russian/other-news-36663881>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/esse/218237>