

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/otchet-po-praktike/44818>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Брендинг

Оглавление

Введение 3

1. Характеристика рынка брендинговых услуг Санкт-Петербурга 4

2. Описание организации. Анализ проектной документации подразделения в сфере организации кампаний по выведению/продвижению бренда на рынке 6

3. Характеристика корпоративной символики предприятия 7

4. Анализ системы айдентики торговых марок предприятия 8

Заключение 12

Список использованных источников 13

Приложение 14

Введение

Актуальность темы исследования. В настоящее время в России методы и инструменты маркетинга используют подавляющим большинством предприятий практически во всех сферах экономики. Однако по-прежнему остается актуальным вопрос об эффективности использования этих методов и прежде всего такого важного направления маркетинга, как исследование рынка. Как известно, основная цель маркетинга – максимальное удовлетворение потребностей потребителей. Но прежде чем удовлетворять эти потребности, нужно их определить, то есть узнать, какие товары нужны потребителям, в каком количестве, по какой цене они готовы покупать эти товары, в какое время и каких магазинах. только обладая такой информацией, организация сможет успешно функционировать и конкурировать на рынке.

Место прохождения практики: Keulim – интернет-магазин корейской косметики.

Основная цель любой компании – удовлетворение непрерывно растущих и изменяющихся с течением времени потребностей покупателей. Поэтому любая инициатива в организации должна основываться на понимании потребностей своей целевой группы и выстраивании долгосрочных и крепких отношений со своими клиентами. Одним из инструментов создания долгосрочного покупательского предпочтения как раз и является бренд. В условиях сильной конкуренции компаниям становятся все труднее привлекать новых и удерживать старых покупателей. Поэтому, создание сильного бренда и его продвижение становится наиболее актуальным в последнее время. Особенно сильная конкуренция наблюдается на рынке косметики. Успех бизнеса, работающего в этой сфере, во многом зависит от качества сервиса, уникальности, уровня лояльности к бренду, количества постоянных потребителей.

Настоящий отчет состоит из введения, четырех глав, заключения, списка литературы и приложений.

1. Характеристика рынка брендинговых услуг Санкт-Петербурга

Рынок брендинга крайне размыт – разброс цен на услуги брендинга очень велик и зависит от множества факторов. Например, стоимость разработки логотипа в Санкт-Петербурге варьируется от 4000 рублей до 450 000 рублей, средней же будет стоимость чуть более 130 000 рублей.

Так, на повышении цен сказывается известность, эффективность, размер компании, опыт и наличие инноваций. На демпинг брендинговые компании толкает: оказание ограниченного набора услуг, работа в период start-up, отсутствие индивидуального подхода к клиенту – массовый продукт, а также низкая эффективность работ. Под эффективностью работ исследователи подразумевают возможность спрогнозировать результат и экспериментально подтвердить эффективность разработок.

Студия графического дизайна DEZA была создана в 2006 году в Санкт-Петербурге. Сегодня представительства студии работают в Москве и Казани. Обновляя бренды и создавая новые, DEZA стремится вносить свежее понимание, знания и опыт в историю брендов своих клиентов и развивать рынок брендинга в целом.

Ключевая специализация:

Брендинг – потребительский, корпоративный, событийный, территориальный, HR-брендинг.

Основные услуги студии:

1. Позиционирование, коммуникационная стратегия бренда

2. Нейминг
3. Логотипы и фирменные стили
4. Иллюстрации
5. Дизайн упаковки
6. Годовые отчеты, брошюры
7. Печатная реклама

8. Креативная сувенирная продукция

Среди клиентов: Orange Business Services, Леруа Мерлен, Росбанк, ГАЗ, Газпромнефть, Аэрофлот, Газпромбанк, IKEA, In+Out, УАЗ, Роснано, Русатом Оверсиз, ФК «Зенит», X5 Retail Group, Группа «Илим», BASF, Буше, Ancor, Аквион, Total, Perfect Organics, Ашан, Юлмарт, Ursa, ТехноНИКОЛЬ, Проект 111 и многие другие.

Маркетинговое агентство Sinestetica (ранее «Brandon») было основано в 2005 году в Санкт-Петербурге.

Представительство компании находится в Москве.

Профиль компании – разработка имиджевых или рекламных материалов, создание целостного образа компании/продукта – от визитной карточки до комплекта айдентики бренда; от листовки до корпоративного издания; от рекламного модуля до комплексного продвижения; от локальной промо-акции до события любого уровня.

Основные виды услуг:

1. Брендинг – разработка концепций, названий, логотипов и фирменных стилей.
2. Графический дизайн – упаковка, каталоги продукции, буклеты и другие имиджевые материалы.
3. Создание сайтов и посадочных страниц
4. Реклама – разработка рекламных стратегий и креативных концепций
5. Комплексное оформление мероприятий
6. Корпоративные подарки и бизнес-сувениры

Среди клиентов: Российские сети, Газпром, Sanofi, Colliers, Группа ПСН, QIWI, Техносила, HeadHunter, театр «Балет Москва», Lesaffre, Петрович, Сясьский ЦБК, Карат, ЕшьСвое.рф, Дары Скифов, Центр имплантологии доктора Зорина, MaxMedium, Сбербанк, Michelin, Райффайзенбанк, S7, OBI, GoodYear, Pizza Hut, Евразия, Миэль, ЖК Platinum, Артем Мкртчян, Pirelli и другие.

Список использованных источников

1. Захарова, Ю. А. Стратегии продвижения товаров (2-е издание) [Электронный ресурс] / Ю. А. Захарова. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. – 158 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57066>. – ЭБС «IPRbooks».
2. Каплунов, Д. Бизнес-копирайтинг [Текст] / Д. Каплунов – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015 – 400 с.
3. Карпова, С. В. Брендинг [Текст]: учебник и практикум / С. В. Карпова, И. К. Захаренко – М, Юрайт, 2014 – 440 с.
4. Кеннеди, Д. Жестокий бренд-билдинг [Текст] / Д. Кеннеди – М.: Альпина, 2015 – 290 с.
5. Мазилкина, Е. И. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие / Е. И. Мазилкина. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. – 256 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57161>. – ЭБС «IPRbooks».
6. Траут, Д. Маркетинговые войны [Текст] / Д. Траут, Э. Райс – СПб.: Питер, 2014 – 304 с.
7. Хамаганова, К. В. Основы брендинга [Текст]: учеб. пособие – СПб., 2015 – 97 с.
8. Хамаганова, К. В. Основы бренд-менеджмента [Текст]: учеб. пособие – СПб., 2016 – 101 с.

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/otchet-po-praktike/44818>