

**Институт романо-германских языков информационных и гуманитарных технологий / кафедра инноватики, маркетинга и рекламы : 42.03.01.- Реклама и связи с общественность (Коммерческая реклама)**

**Тема ВКР:** Рекламные инструменты продвижения автомобильных брендов в регионе КМВ на примере компании «Ключавто»

**Автор ВКР:** Токарева Евгения Анатольевна

**Научный руководитель ВКР:** кандидат экономических наук, доцент кафедры инноватики, маркетинга и рекламы, А.Г. Авшаров

**Сведения об организации-заказчике:** Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пятигорский государственный университет». Адрес: г. Пятигорск, пр-т Калинина 9

**Актуальность темы исследования:** Актуальность рекламы автомобильных брендов не вызывает сомнения так, как она играет ключевую роль в развитии рыночной экономики и является её важным элементом. Если производителя лишить такой эффективной связи с потребителем, какой является реклама, то он перестанет вкладывать деньги в совершенствование старых и создание новых товаров. Стремление к развитию, конкуренция в предпринимательстве будут увядать. Вот почему в странах с высоким уровнем жизни, массовым производством тратятся огромные деньги на рекламу.

**Цель:** выявление специфики и выработка инструментов с целью продвижения автомобилей и сопутствующих товаров и услуг на автомобильном рынке на примере компании ООО «СБСВ Ключавто» г. Минеральные Воды.

**Задачи:**

1. Охарактеризовать рекламу автомобильных брендов, определить ее сущность, цели и задачи;
2. Выявить наиболее эффективные инструменты рекламы автомобильных брендов;
3. Рассмотреть образцы эффективной рекламы мировых автомобильных брендов;
4. Определить современные реалии российской автомобильной рекламы;
5. Провести исследования современного состояния рекламы автомобильных брендов на примере компании ООО «СБСВ Ключавто» г. Минеральные Воды;
6. Выявить пути и способы совершенствования рекламного продвижения компании ООО «СБСВ Ключавто» на примере бренда Nissan;
7. Разработать проекта по эффективному продвижению бренда Nissan в республиках Северного Кавказа.

**Теоретическая значимость работы.** Теоретическую и методологическую основу исследования составили научные труды классиков теории маркетинга и рекламы, исследования отечественных и зарубежных ученых по изучаемой проблеме. Для достижения цели и решения поставленных задач в работе применялись следующие методы исследования: системный анализ, сравнительный анализ, метод экспертных оценок, наблюдение и др.

**Практическая значимость исследования.** Практическая значимость результатов работы заключается в разработке теоретических и практических

рекомендаций по использованию рекламных механизмов и инструментов для продвижения брендов в современных условиях жесткой конкуренции на рынках потребительских товаров на примере бренда Nissan в компании ООО «Ключавто».

**Результаты исследования:**

1. Специфика дилерской рекламы заключается в широком использовании изображений, логотипов и слоганов, получаемых из централизованных источников. При этом характерна единая структура макетов (фиксированное положение всех элементов), что создает единый образ всех рекламных сообщений. Самым значимым элементом рекламного макета, как правило, является логотип.

2. Важнейшее место в коммуникациях автомобильного бренда и потребителя безусловно принадлежит рекламе, которая с помощью самых различных стратегий способна выделять и фиксировать в сознании потребителя важнейшие ключевые элементы идентичности того или иного автомобильного бренда.

3. Реклама автомобильных брендов должна как можно чаще попадаться на глаза, быть краткой и яркой (так как рекламные щиты привлекают внимание потребителей лишь на небольшое время - от 3 до 5 секунд), привлекать к себе внимание, без труда читаемой на ходу, понятной.

**Рекомендации:**

Предложено использовать event-продвижение в республиках Северного Кавказа с использованием наружной и печатной рекламы для информирования о проведении мероприятия «День друзей NISSAN» в новом формате (цель мероприятия информирования целевой аудитории о появлении официального дилера бренда Nissan на КМВ - предприятия ООО «СБСВ Ключавто Сигма»).

Разработаны и предложены 2 баннера размером 2000x1000 мм.

Разработана и предложена рекламная листовка формата А5.

Также разработан и предложен календарь для компании ООО «СБСВ Ключавто» формата А6.