

Маркетинг / маркетинг территорий

Контрольные мероприятия

**Костромина Елена Александровна,
кандидат филологических наук, доцент**

БОЛЬШАЯ ПРОСЬБА!

Следуйте ВСЕМ рекомендациям, указанным здесь!

Обратите внимание на то, как вы назвали файл, что написали в теме и теле электронного письма! (слайд 25)

Контрольные точки

1. Контрольная точка 1 – тест (10 вопросов)
2. Контрольная точка 2 – тест (10 вопросов)
3. Контрольная точка 3 – кейс (работа на практических занятиях)
4. Контрольная точка 4 – групповой проект (или научная статья) по выбору студента
5. Дополнительные баллы:
посещение занятий – 2 балла;
активная работа на занятиях – 3 балла

Тесты

выполняются индивидуально, ограничены по времени,
проводятся на практических занятиях, будет выслана ссылка

необходимо иметь аккаунт



Т.е. надо завести почтовый ящик на gmail.com

Статья научная

- Должна быть актуальной
- Оригинальность - не менее 90% (если проверять на бесплатном ресурсе)
- Объем статьи: от 5 до 10 страниц формата А4
- Оформление:

ОФОРМЛЕНИЕ ТЕКСТА СТАТЬИ

Формат страницы А4

Поля страницы: верхнее, нижнее и правое – по 2 см, левое – 3 см,

Шрифт – Times New Roman . Кегль – 14;

межстрочный интервал – 1,5, отступ – 1,25.

Выравнивание по ширине

Ссылки на источники указываются в квадратных скобках

**Текст в таблицах: кегль – 12, межстрочный интервал – 1,0,
ширина таблиц не должна превышать ширины основного
текста**

**В разделе «Литература» приводится список используемых
источников по ГОСТ [Р 7.0.5-2008](#)**

Фамилия И.О.

Группа, курс, высшая школа,
Российский государственный университет туризма и
сервиса

E-mail

НАЗВАНИЕ СТАТЬИ

Аннотация (40-70 слов)

Ключевые слова (5-7 слов)

Проект

«Разработка и продвижение продукта (услуги) на рынок». В качестве продукта рекомендуется взять туристскую услугу, **обладающую новизной** (любую, по желанию; возможно, придумать новую), например разработка тура или проект продвижения гостиницы (санатория, пансионата), или проект формирования бренда территории.

- Представляется в виде презентации объемом 10-20 слайдов.

Структура проекта:

1. Название и описание продукта (услуги), его свойств.
2. Обоснование потребности в продукте.
3. Разработка имени, логотипа и слогана.
4. Целевая аудитория продукта (услуги).
5. Позиционирование продукта (услуги).
6. Определение и обоснование цены продукта (услуги).
7. Разработка каналов сбыта продукта (услуги).
8. Разработка системы мероприятий по стимулированию сбыта.
9. Разработка рекламной кампании продукта: визуальное представление продукта (разработка рекламного плаката, буклета, ролика и т.п. – по выбору студента); разработка слогана рекламной кампании; определение медианосителей для продвижения продукта (составление медиаплана).

Рекомендации по презентации проекта

- Здесь в качестве примеров вставлены скриншоты слайдов презентаций 2х разных по сути и оформлению проектов студентов дневного отделения.
- **Обращаю ваше внимание – никакой теории на слайдах нет!!!**
- Вы не должны писать, что такое логотип и позиционирование, сбыт и реклама! Здесь должна быть конкретика по проекту и разработанные вами элементы маркетинга.

1. Название и описание продукта (услуги), его свойств.

Слайд содержит иллюстрацию, название продукта и перечисление его основных составляющих или краткое описание.

ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА

Название:
"ГОРОД МЕРТВЫХ. КАРА ВЕДЬМЫ"



ЛОГОТИП

Цель данной экскурсии:
Посещение Даргавс «Город мертвых»,
Северная Осетия, и его окрестностей.



Вид экскурсии: групповая автобусно-пешеходная
Размер группы: до 20 человек
Продолжительность: 12 часов
Язык: русский
Место встречи: от вашего отеля/гостиницы
Включено: услуги гида, транспортное обслуживание
Не включено: вход в ущелье (600 руб.)
Достопримечательности: Куртатинское ущелье, Дзивгис, Даргавс

2. Обоснование потребности в продукте.

ПОЧЕМУ ИМЕННО ВЕГЕТАРИАНСКИЙ РЕСТОРАН?

Вегетарианская кухня — тренд последних лет

Все больше людей беспокоятся о своем здоровье и хотят избавиться от лишнего веса, и вегетарианство — один из наиболее рациональных вариантов;

К тому же это еще и модно, но это лишь часть поклонников идеи.



ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ СПРОСА НА ПРОДУКТ

В начале спрос на данную экскурсию может быть невелик, потому что для потребителя это будет что-то новое, но если после нее у нее окажутся положительные впечатления, после которых потребитель оставит положительный отзыв, то другим тоже захочется посетить экскурсию. Будет расти интерес к «мистическим экскурсиям», интерес узнать легенды, истории данной местности.

3. Разработка имени, логотипа и слогана.



ВЕГЕТАРИАНСКИЙ РЕСТОРАН
"BABYLON"



ЛОГОТИП

- Главный цвет: зелёный. Потому что когда мы слышим словосочетание вегетарианский ресторан, то мы сразу же представляем что-то в зеленых тонах и оттенках, очень близкое к природе.
- Символ в центре: вилка и ложка. Когда мы видим вилку и ложку, мы сразу представляем о питании.
- Мы считаем, что логотип должен быть простым. Это позволяет логотипу быть запоминающимся и универсальным.
- Запоминающийся: чем проще логотип, тем он более запоминающийся.
- Универсальный: простой логотип будет отлично смотреться в различной среде и на разных поверхностях — на сайте, визитке, одежде работников и т.д.

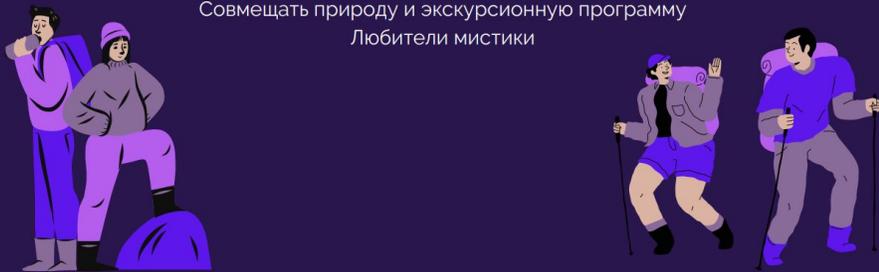
Простой логотип - это тенденция в последние лет .



4. Целевая аудитория продукта (услуги).

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Возраст: от 18 до 25 лет (Студенты)
Ключевые ценности: Пробовать новое
Совмещать природу и экскурсионную программу
Любители мистики

An illustration on a dark blue background showing two groups of people. On the left, two hikers in purple gear with backpacks stand next to a purple tent. On the right, two people in purple gear are meditating on mats, one holding a walking stick.

Целевая аудитория

A collage of four images on a light green background: hands holding a red heart, a bowl of fresh vegetables, a woman giving a thumbs up with a bowl of fruit, and a man and woman meditating on mats.

- Люди, занимающиеся медитацией, йогой, увлекаются восточной культурой и философией.
- Поклонники вегетарианства и сторонники смешанного питания.
- Те, кто внимательно относится к своему здоровью и следит за собой (посетители фитнес-клубов)
- Сезонный приток посетителей, не являющихся постоянными сторонниками вегетарианства:
 - Летнее время – высокие температуры воздуха располагают к более легкой, нежирной пище, высокий спрос на окрошку, овощные салаты.
 - Весна - дамы садятся на различные диеты с целью похудеть к пляжному сезону
 - Православные посты, особенно Великий пост – между Масленицей и Пасхой

5. Позиционирование продукта (услуги).

Как вы будете его «представлять» ЦА?! На основе рациональных или эмоциональных УТП? Или еще каким образом? Будет ли оно звучать в слогане или видно из иллюстрации?

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРОДУКТА



Делаем ваши путешествия еще загадочней и таинственней



Позиционирование туристского продукта - фундаментальная концепция маркетинга для привлечения специфической клиентуры и более полного удовлетворения запросов определенного сегмента рынка.



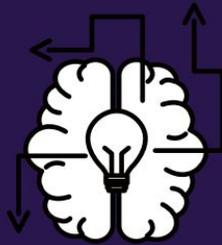
6. Определение и обоснование цены продукта (услуги).

ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ОБОСНОВАНИЕ ЦЕНЫ ЭКСКУРСИИ

Ценовая стратегия: среднерыночные цены

Метод ценообразования: мониторинг конкурентных цен

Цена за экскурсию: 1800 руб. за человека (себестоимость на человека + 15%)



7. Разработка каналов сбыта продукта (услуги)

Каналы сбыта:

- * Производитель экскурсии – потребитель
- * Производитель экскурсии – турагентство – потребитель
- * Производитель экскурсии – туроператор – турагентство – потребитель



Каналы сбыта продукта

Наш ресторан применяет канал нулевого уровня и одноуровневый канал сбыта продукта. Нашими посредниками являются:

- фитнес-клубы ([ALEX Fitness](#), [World Class](#), СССР, [Spirit Fitness](#))
- йога клубы (АТЛАНТА, ЙогаМания, Федерация Йоги)

Кроме этого, мы сотрудничаем с сайтами доставки, такие как: [Delivery](#), Яндекс Еда. Когда гости заказывают блюда через эти сайты, они получают скидку 10% с учетом больше 1200 рублей и на расстоянии 20 километров.



Яндекс Еда



Delivery Club



8. Разработка системы мероприятий по стимулированию сбыта

Системы мероприятий по стимулированию сбыта

1. Использование карточек постоянных покупателей



2. скидки в праздничные дни: день рождения (10%), черная пятница (до 50%), великий пост (20%), женский день, день всех влюбленных, рождество (скидка 200 рублей при заказе от 1200 рублей),...



3. скидки определенным категориям: В будние дни с 12.00 до 14.00: скидка 5% при заказе блюда "Плов с тыквой и сухофруктами"

4. Веселая среда: У нас есть акция на каждую среду: заказать 2 любых блюд и получить десерт в подарок!!!! Акция действует с 17:00 по 21:00.
5. Купоны: с каждым счетом выше 2000 рублей клиенты получают купон 100 рублей на следующий заказ
6. Дарить бесплатное блюдо когда клиент заказывает от 4 блюда.
7. Презентация новых блюд.
8. Сотрудничество с фитнес-клубами «Alex fitness», «World Class», «СССР», «Spirit Fitness»

МЕРОПРИЯТИЯ ПО СТИМУЛИРОВАНИЮ СБЫТА

1. Каждый турист на заключительном этапе прохождения получает в подарок сувенир в виде магнита с изображением места, в котором побывали, и оберег для защиты от магической порчи.
2. Выгодное предложение! При полной загрузке студентов (10 человек) в период с 21.07.21 по 30.07.21, экскурсия будет со скидкой 10%.

Разработка рекламной кампании продукта

- : визуальное представление продукта (разработка рекламного плаката, буклета, ролика и т.п. – по выбору студента);
- разработка слогана рекламной кампании;
- определение медианосителей для продвижения продукта (составление медиаплана).

РЕКЛАМНОЕ ОБРАЩЕНИЕ



Рекламный плакат ресторана «Babylon»

**ВЕГЕТАРИАНСКИЙ
РЕСТОРАН**

BABYLON

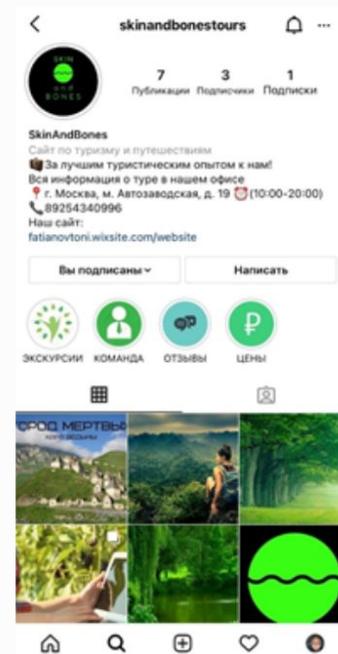
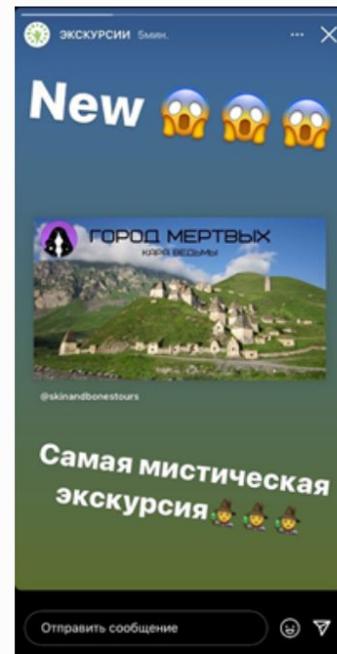
ДАВАЙТЕ
БЫТЬ
ЗДОРОВЫМИ
ВМЕСТЕ!

9.00-22.00 | ЕЖЕДНЕВНО
МОСКВА, ПРОСПЕКТ ВЕРНАДСКОГО, 86А, 119571

ПРИХОДИТЕ К НАМ И ПОПРОБУЙТЕ
ВКУСНЫЕ БЛЮДА!!!!

www.babylonmoscow.ru

ПРОГРАММА ПРОДВИЖЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ





Наш
слоган
рекламной
кампании

Давайте быть здоровыми вместе!

Значение слогана – поощрять людей к здоровому питанию для хорошего здоровья и стройной фигуры.

Канальные каналы	Доп. Информация	Посыл	Формат	Общая стоимость рекламы	Число публикаций	Охват %	Бюджет
Собственные каналы	Публикации постов в наших соц. сетях: группа ВК, Инстаграм, Фейсбук	Вся необходимая информация об экскурсии, акцент на мистику, а также легенду «Города мертвых»	Промопосты	0 руб.	14	5%	0 руб.
Блоггер Instagram: @dasha_cher (1,6 млн подписчиков)	Промосторис с показом «Города мертвых», рассказом о его легенде и ссылкой на наш сайт	Информация о «Городе мертвых» и экскурсии туда, а также акцент на мистику и легенду этого места.	Сторис в инстаграм	85 000 руб.	2	40%	90 000 руб.
Блоггер Instagram: @mishka.travel (198 тыс. подписчиков)	Мистические фото из «Города мертвых» с информацией	Информация о «Городе мертвых», легенде этого места	Промопост и сторис в инстаграм	20 000 руб.	3	20%	25 000 руб.

подписчиков)	ней о легенде города и экскурсии туда, а также ссылка на наш сайт	и экскурсии туда					
Таргетированная реклама в Инстаграм	Реклама нашей экскурсии, появляющаяся в ленте и сторис инстаграмма	Информация о «Городе мертвых», легенде этого места и экскурсии туда	Появление наших промпостов, сторис в ленте инстаграмма	12 600 руб.	-	От 24 000 тыс. чел. до 63 000 чел.	14 000 руб.
Реклама на туристическом сайте Turizm.ru	Баннер с ссылкой на подробную информацию о нашей экскурсии	Информация о существовании «Города мертвых», а также экскурсии туда. Акцент на мистический туризм и легенду этого места.	Баннер (Бренд) под лонском	86 250 руб.	1	30%	90 000 руб.
Итого:				203 850 руб.	20		219 000 руб.

План на 6 месяцев:

Инструменты	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сумма
Собственные соц. сети (Инстаграмм, ВК, Фейсбук, Тик-Ток)	0	0	0	0	0	0	0
Блоггер Instagram: @dasha_cher (1,6 млн подписчиков)	42 000 руб.	85 000 руб.	85 000 руб.	85 000 руб.	42 000 руб.	42 000 руб.	381 000 руб.
Блоггер Instagram: @mishka.travel (198 тыс. подписчиков)	10 000 руб.	15 000 руб.	20 000 руб.	10 000 руб.	10 000 руб.	10 000 руб.	75 000 руб.
Таргетированная реклама в Инстаграмм	0	10 000 руб.	12 600 руб.	10 000 руб.	0	0	32 600 руб.
Реклама на туристическом сайте Turizm.ru	38 350 руб.	38 350 руб.	86 250 руб.	38 350 руб.	0	0	201 300 руб.
Итого:	90 350 руб.	148 350 руб.	203 850 руб.	143 350 руб.	52 000 руб.	52 000 руб.	689 900 руб.

Сайты

- sostav.ru
- marketologi.ru
- rusability.ru
- www.cossa.ru
- vc.ru
- Adindex.ru
- RB.ru
- [И многие другие](#)

Формат связи

- Презентации, статьи, проекты присылать за 1 день до начала практических занятий на почту:

Kostromina_elen22@mail.ru

- В теме письма указывать фамилию, группу, вид присланной работы.
Например: **Проект по маркетингу_ Иванов И.С., Петрова А.С.
(МТЗ-19-1)**
- Название прикрепленного файла также должно содержать фамилию исполнителей

Балльно-рейтинговая система

50 баллов и менее – недопуск к экзамену

От 51 до 61 балла – допуск к экзамену (либо тест, либо устный по билетам – в зависимости от ситуации)

Оценки «автоматом»:

От 62 до 70 баллов – оценка «3»

От 71 до 80 баллов – оценка «4»

Оценка «5» выставляется на экзамене при условии набора выше 91 балла

Максимально возможное количество баллов на экзамене – 20.