



КУРСОВАЯ РАБОТА · ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА

Разработка коммуникационной кампании по продвижению бренда

Представление проекта: цели, анализ, концепция, медиаплан и
ожидаемые результаты

Иванов И.И., науч. рук. Петров П.П. — МГУ, 2025

Актуальность темы

- ◆ Рост конкуренции на рынке требует от брендов более целенаправленных и эффективных коммуникационных стратегий.
- ◆ Изменение поведения потребителей в цифровой среде диктует необходимость адаптации каналов и сообщений.
- ◆ Необходимость омниканального подхода для обеспечения единого опыта взаимодействия с брендом на всех точках контакта.

ПРОБЛЕМА ИССЛЕДОВАНИЯ

Противоречие между потребностью компаний в результативной интегрированной коммуникации и недостатком системных методик, объединяющих традиционные и цифровые каналы.

Цель и задачи работы

ОБЪЕКТ

Объект исследования: коммуникационная кампания бренда

ПРЕДМЕТ

Предмет исследования: методы и инструменты продвижения

ЦЕЛЬ

Цель: разработать и обосновать коммуникационную кампанию по продвижению бренда

ЗАДАЧИ

- 01 Провести анализ рынка и конкурентной среды
- 02 Определить целевую аудиторию и её потребности
- 03 Разработать концепцию коммуникационной кампании
- 04 Составить медиаплан с бюджетом
- 05 Оценить ожидаемую эффективность и KPI

Рынок и целевая аудитория

01

Объём рынка

Среднегодовой темп роста: 12%

02

Основные конкуренты

Бренд А – 35% Бренд Б – 25% Бренд В – 20% Бренд Г – 10%

03

Ядро ЦА

Поколение Z, 18-25 лет, активные пользователи соцсетей

04

Растущий сегмент

Миллениалы, 26-35 лет, доход выше среднего

Концепция коммуникационной кампании

- ◆ **Большая идея** Бренд — твой ежедневный помощник: сопровождает в рутине и делает жизнь проще.
- ◆ **Инсайт** Целевая аудитория устала от навязчивой рекламы и ищет искренние, полезные бренды.
- ◆ **Ключевое сообщение** «Мы здесь, чтобы помочь — каждый день и в любой ситуации».
- ◆ **Tone of Voice** Дружественный и экспертный: просто о сложном, поддержка без давления.

Медиаплан и бюджет

Канал	Задача	Бюджет	Прогноз
Instagram	Охват и вовлечение	400 000 ₽	1.2M охват, 3% CTR
VK	Вовлечение и трафик	350 000 ₽	800K охват, 2% CTR
YouTube	Охват и узнаваемость	450 000 ₽	1.5M охват, 1.5% CTR
Telegram	Вовлечение и лиды	200 000 ₽	600K охват, 4% CTR
Наружная реклама	Охват и узнаваемость	100 000 ₽	2M охват, 0.5% CTR
Итого: 1 500 000 ₽ Прогнозируемый CPL: 150 ₽			

Ожидаемые результаты и KPI

25%

Узнаваемость бренда

+25% к текущему уровню

4.5%

Вовлечённость в соцсетях

ER 4.5%

10 000

Прирост подписчиков

+10 000 человек

3%

Конверсия в покупку

+3% от текущего

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выводы и перспективы

01

Соответствие трендам и ЦА

Разработанная кампания полностью соответствует современным трендам маркетинга и потребностям целевой аудитории. Используются актуальные каналы и сообщения.

02

Сбалансированный медиаплан

Медиаплан сбалансирован по бюджету и эффективности, обеспечивая максимальный охват при оптимальных затратах. Все каналы интегрированы.

03

Достижение KPI

Реализация кампании позволит достичь запланированных KPI, укрепить позиции бренда и повысить лояльность аудитории.

Перспектива: масштабирование кампании на другие регионы и диджитал-каналы.