

**ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК, ФИНАНСОВАЯ НАУКА.
ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА ЭКОНОМИКИ, ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРЕДПРИЯТИЯ. КРАТКИЕ СООБЩЕНИЯ**

doi: 10.51639/2713-0576_2023_3_2_131

УДК 331.101.68

ГРНТИ 19.45.00

ВАК 08.00.05

Процесс управление рекламным проектом

* Маркова А. А., Иванова Н.М.

*Сибирский Государственный Университет Путей Сообщения
630049, Россия, г. Новосибирск, ул. Дуси Ковальчук 191*

email: * markova7340@mail.ru

Данная статья представляет собой обзорный материал, посвященный основным этапам и методам управления рекламным проектом. Рассмотрены основные понятия, связанные с рекламным проектом, а также описаны этапы планирования, запуска и контроля рекламной кампании. Особое внимание уделено методам управления рисками и управления бюджетом в рамках рекламного проекта. Затронута важность мониторинга и анализа результатов рекламной кампании. Какие методы и инструменты управления могут быть наиболее эффективными для успешной реализации рекламного проекта.

Ключевые слова: реклама, управление рекламным проектом, этапы управления, мониторинг, рекламная кампания, анализ результатов, реализация проекта.

Управление рекламным проектом можно охарактеризовать, как процесс планирования, координации и контроля рекламной кампании, который включает в себя определение целей и задач рекламной кампании, анализ рынка и целевой аудитории, выбор каналов распространения рекламы, создание рекламных материалов, настройку рекламных каналов, запуск и мониторинг рекламной кампании, управление рисками и управление бюджетом. Управление рекламным проектом осуществляется командой специалистов по рекламе и маркетингу, которые работают в тесном сотрудничестве с клиентом или заказчиком рекламной кампании. Цель управления рекламным проектом является достижение поставленных целей рекламной кампании с оптимальным использованием ресурсов и бюджета.

Характеристика рекламного проекта включает основные аспекты. Первое, это цели и задачи. Рекламный проект создается с целью достижения определенных результатов, которые определяются заказчиком. Цели могут быть различными, например, повышение узнаваемости бренда, увеличение продаж, привлечение новых клиентов и т.д. Каждый рекламный проект имеет свою целевую аудиторию, которую необходимо привлечь и заинтересовать. Знание целевой аудитории помогает выбрать наиболее эффективные рекламные каналы и создать соответствующие рекламные материалы. Проект должен быть реализован в рамках определенного бюджета. Бюджет включает в себя расходы на разработку и производство рекламных материалов, а также на распространение рекламы. Для реализации рекламного проекта необходимо выбрать наиболее эффективные каналы распространения рекламы, которые будут наиболее эффективно достигать целевую аудиторию. Каналы могут быть различными, например, реклама в социальных сетях, телевизионная реклама, реклама наружной рекламы и т.д. Помимо этого, проект включает в

себя создание рекламных материалов, которые будут использоваться для привлечения и удержания целевой аудитории. Рекламные материалы могут быть различными, например, рекламные баннеры, видеоролики, рекламные сообщения и т.д. Каждый проект имеет определенные сроки, в рамках которых его необходимо реализовать. Сроки могут быть различными, и зависят от целей и задач проекта, бюджета и каналов распространения рекламы. И последнее, результаты рекламного проекта оцениваются по его эффективности, т.е. по достижению поставленных целей и задач [5].

Этапы управления рекламным проектом можно разделить на несколько основных. Инициирование проекта, на этом этапе происходит определение целей и задач проекта, формулирование его концепции и выбор команды, которая будет заниматься его реализацией. Важно также определить бюджет проекта и планируемые сроки его реализации. Необходимо определить какие ресурсы нужны для реализации проекта и какой поставлен срок работы. Далее, планирование. На этом этапе разрабатывается подробный план действий, который определяет какие задачи должны быть выполнены, кто за них отвечает, какие ресурсы и бюджет потребуются и в какие сроки проект должен быть завершен. Важно также определить критерии оценки эффективности проекта и план мониторинга выполнения работ. На этом этапе важно выполнить следующие действия: разработать подробный план действий с определенными сроками и ответственными лицами, определить необходимые ресурсы для реализации проекта, определить критерии оценки эффективности проекта и разработать план мониторинга выполнения работ.

Позже наступает реализация проекта. На этом этапе команда реализует план действий, проводит рекламные кампании и создает необходимые материалы и инструменты для продвижения продукта или услуги. Важно контролировать выполнение плана и убедиться в том, что проект выполняется в срок и соответствует заранее определенным критериям эффективности. На этом этапе необходимо контролировать выполнение плана действий. Убедиться в том, что проект соответствует заранее определенным критериям эффективности, разрабатывать, проводить рекламные кампании и создавать необходимые материалы, инструменты для продвижения продукта или услуги. Мониторинг и контроль. На этом этапе происходит оценка результатов проекта и контроль его выполнения [1].

Необходимо проверять, соответствует ли проект заранее определенным критериям эффективности, и какие изменения могут быть внесены для улучшения результатов. Важно также контролировать бюджет и сроки выполнения проекта. На этом этапе необходимо оценить результаты проекта. Проконтролировать выполнение проекта в соответствии с планом действий и определить, какие изменения могут быть внесены для улучшения результатов. На завершающем этапе проект оценивается в целом, составляется отчет об итогах, производится закрытие проекта и подведение итогов.

Управление рекламным проектом является сложным процессом, который требует от управляющей команды огромного количества знаний и навыков. Однако, если все этапы реализуются грамотно и последовательно, то проект имеет все шансы на успешное выполнение, достижение целей и улучшение бизнес-результатов.

Вопрос о возможности реализации рекламного проекта полномочным руководством, то ответ зависит от того, насколько полномочно это руководство и какие возможности у них есть для принятия решений. Если руководство обладает достаточными полномочиями для реализации рекламного проекта, то они могут приступить к его реализации [3].

Однако, перед началом проекта необходимо провести анализ рынка, потенциальной аудитории, конкурентов и т.д., чтобы определить, насколько успешным может быть проект и насколько он выгоден для компании. Также, реализация рекламного проекта требует определенных знаний и навыков в области маркетинга и рекламы. Если у руководства нет необходимых знаний и опыта, то может быть целесообразнее обратиться к профессиональным консультантам или агентствам по маркетингу и рекламе, которые помогут разработать и реализовать проект наиболее эффективно [2].

Каждый этап управления рекламным проектом имеет свои особенности и аспекты, которые необходимо учитывать при его реализации. Однако, если все этапы будут выполнены правильно, то можно достичь поставленных целей и более эффективно продвигать свой продукт или услугу на рынке.

Важно учитывать тенденции и изменения в мире рекламы, чтобы использовать новые возможности и инструменты для продвижения продукта или услуги. Например, в последние годы активно развиваются инфлюэнсер-маркетинг и контекстная реклама. Однако, нельзя забывать, что управление рекламным проектом – это постоянный процесс, требующий мониторинга и анализа результатов, чтобы всегда быть в курсе изменений на рынке и корректировать стратегию продвижения продукта или услуги. Кроме того, важно учитывать особенности целевой аудитории и выбирать маркетинговые инструменты и каналы, которые наиболее эффективны для ее привлечения и удержания [2].

Необходимо иметь опытных и квалифицированных специалистов в команде, определить четкие цели и план действий, обеспечить команду необходимыми ресурсами и оборудованием, контролировать прогресс и вовремя принимать меры по корректировке плана.

Рекламный проект является важным элементом в бизнес-стратегии любой компании. Его основная цель - привлечение внимания потенциальных клиентов и увеличение продаж продукции или услуг. В целом, рекламный проект является важным инструментом в маркетинговой стратегии компании, который может привести к увеличению продаж и улучшению ее позиций на рынке. Однако, чтобы достичь успеха в этом деле, необходимо продумать все детали проекта и его эффективность должна быть оценена по результатам проведения.

Рекламный мир постоянно меняется и развивается, поэтому важно следить за тенденциями и новинками в этой сфере, чтобы успешно реализовывать рекламные проекты. Тенденции могут быть самыми разными. Количество пользователей социальных сетей продолжает расти, поэтому рекламодатели активно используют эти платформы для продвижения своих товаров и услуг.

Новые форматы рекламы. Например, это могут быть видеореклама в формате VR или AR, интерактивные баннеры и т.д. Такие форматы позволяют увеличить вовлеченность аудитории и эффективность рекламных кампаний.

Рост значимости влиятелей и микроинфлюэнсеров. Они могут эффективно рекламировать товары и услуги в социальных медиа, обладая широкой аудиторией, но не такой большой популярностью, как у знаменитостей [5].

Повышение значимости контента. Рекламодатели все больше обращают внимание на качественный и интересный контент, который может привлечь внимание аудитории и повысить эффективность рекламных кампаний.

Увеличение бюджетов на рекламу в цифровых медиа. Реклама в интернете продолжает расти в популярности, поэтому компании увеличивают свои бюджеты на продвижение в цифровых каналах.

Рекламный проект должен быть создан и оценен в соответствии с целями и потребностями бренда, аудитории и рынка. Важно также помнить о этических и юридических нормах, чтобы избежать проблем и негативного имиджа компании.

Некоторые из наиболее успешных рекламных проектов в последнее время были ориентированы на персонализацию и взаимодействие с аудиторией, а также использование новых технологий, таких как искусственный интеллект и виртуальная реальность. Например, одним из наиболее ярких примеров является рекламная кампания Burger King «The Whopper Detour», которая использовала мобильные технологии для привлечения покупателей в свои рестораны [3].

В целом, важно следить за тенденциями в рекламном мире, чтобы эффективно использовать новые технологии и форматы, но не забывать о базовых принципах и целях рекламной

кампании. Ключевым фактором успеха является грамотный и креативный подход к созданию рекламного проекта и постоянный анализ его результатов.

Поэтому, важно учитывать все этапы управления рекламным проектом и использовать различные маркетинговые инструменты и каналы для достижения поставленных целей. Кроме того, важно контролировать и мониторить результаты, чтобы быстро реагировать на возможные проблемы и скорректировать стратегию продвижения продукта или услуги.

Конфликт интересов

Авторы статьи заявляют, что у них нет конфликта интересов по материалам данной статьи с третьими лицами на момент подачи статьи в редакцию журнала, и им ничего не известно о возможных конфликтах интересов в настоящем со стороны третьих лиц.

Список литературы

1. Романов, А.А. Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов - М.: 2006. – 432 с.
2. Чистова, М.В. Оценка эффективности рекламной деятельности предприятия / М.В. Чистова – М.: 2013. – 210 с.
3. Тулупов, В.В. Теория и практика рекламы / В.В. Тулупов - М.: 2006. – 256 с.
4. Медведев, А.И. Эффективность рекламных мероприятий / А.И. Медведев – М.: 2012. – 165 с.
5. Овчаренко, А.Н. Основы рекламы: учебник для студентов вузов / А.Н. Овчаренко – М.: Аспект Пресс, 2006. – 401 с.

Advertising project management process

Markova A. A.

*Siberian State University of Railway Transport
630049, Russia, Novosibirsk, 191 Dusi Kovalchuk str.*

This article is a review material on the main stages and methods of managing an advertising project. The basic concepts associated with an advertising project are considered, as well as the stages of planning, launching and monitoring an advertising campaign. Particular attention is paid to the methods of risk management and budget management within the framework of an advertising project. The importance of monitoring and analyzing the results of an advertising campaign is touched upon. What management methods and tools can be most effective for the successful implementation of an advertising project.

Keywords: advertising, advertising project management, management stages, monitoring, advertising campaign, results analysis, project implementation.