

# "Разработка рекламного проекта по продвижению бренда города Белгород"



---

Подготовила: Ламбова Анна РИССО-4-1

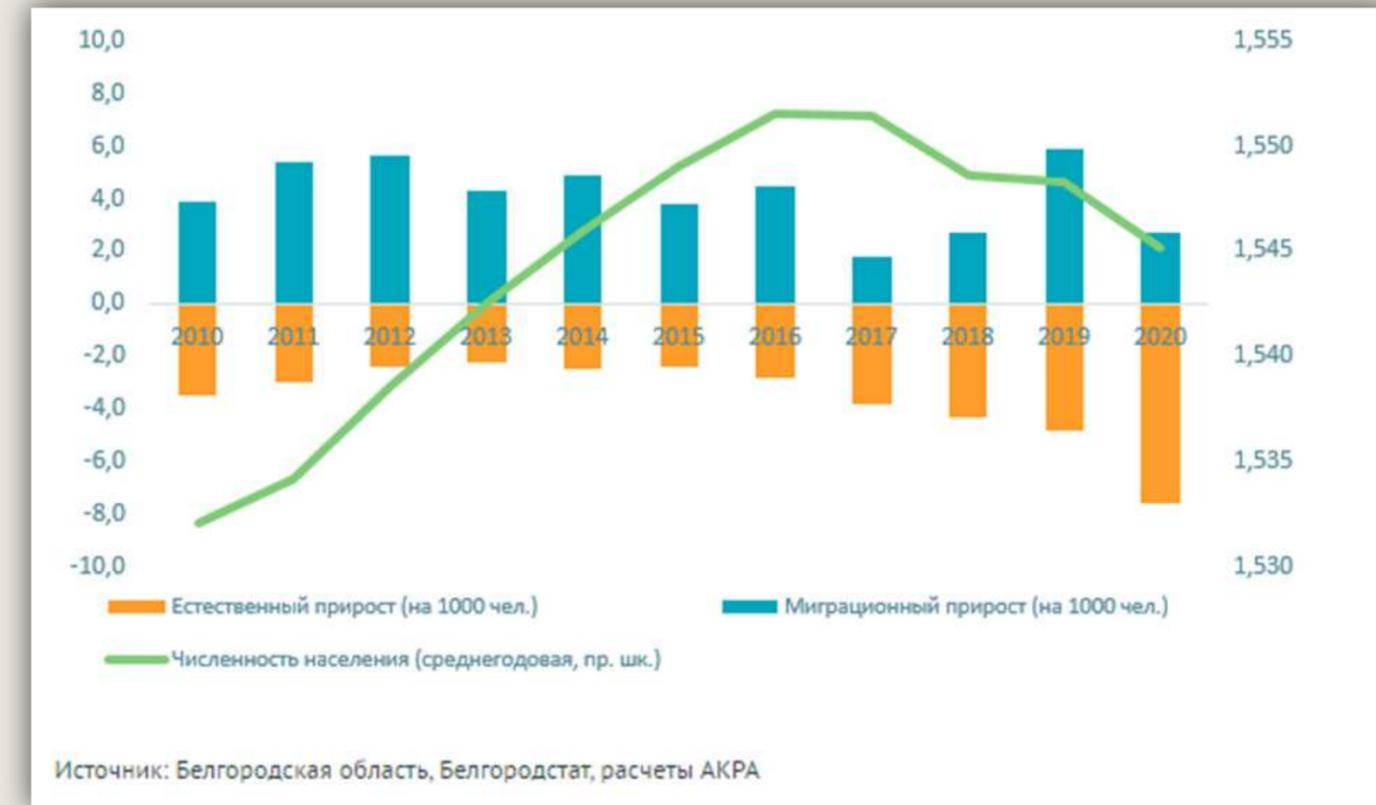
Руководитель проекта:

Васильева Ольга Анатольевна

# АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ГОРОДА



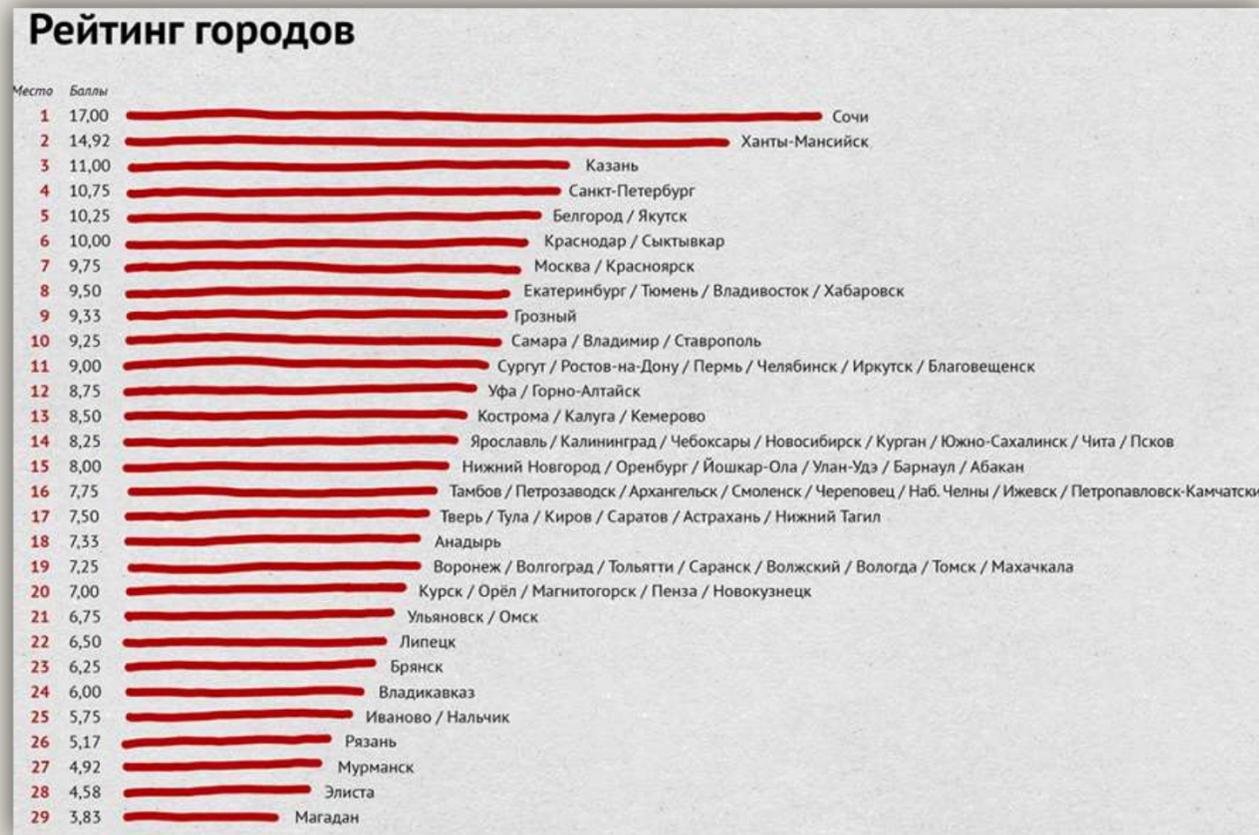
Дата образования области – 6 января 1954 г.  
Центр – г. Белгород  
Белгородская область входит в состав Центрально-Чернозёмного экономического района (чернозёмы составляют 77% территории) и Центрального федерального округа (ЦФО) Российской Федерации, расположена в 500-700 км от Москвы. Областным центром является г. Белгород с населением в 387 тыс. человек, общая численность населения области составляет 1 549 тыс. человек.



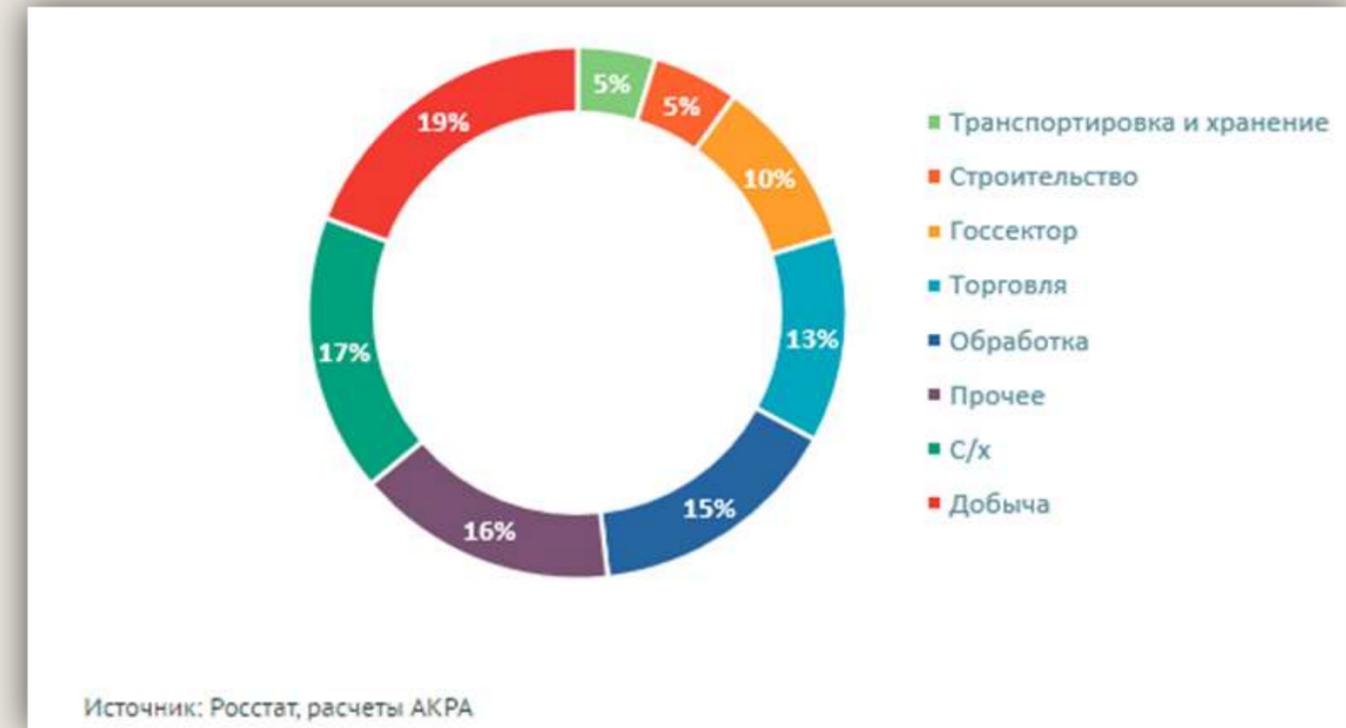
Демографическая ситуация в Регионе в 2010–2020 годах характеризуется миграционным притоком и естественной убылью населения, в результате чего среднегодовая численность населения в указанном периоде начала снижаться лишь в 2018 году, когда коэффициент естественного снижения населения превысил коэффициент миграционного притока. По итогам 2020 года ситуация усугубится из-за негативного влияния пандемии коронавируса,



# АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ГОРОДА



Белгородская область по итогам 2021 года опустилась на 11 пунктов в рейтинге регионов по уровню развития социального блока и экономики. Сейчас субъект занимает 26 строчку из 35 возможных (в начале 2021 года область была 15 строчке — прим. Ф.). Исследования опубликовал фонд развития гражданского общества.



Ключевой экономический показатель развития области – валовый региональный продукт (ВРП) демонстрирует неуклонный рост за последние 15 лет до уровня 619 млрд. рублей (4-й показатель в ЦФО). Также, соответственно, увеличивается ВРП на душу населения, который достиг 40 тыс. руб. в 2014 г. Область обладает хорошим инвестиционным климатом, в 2015 г. объём инвестиций в основной капитал региона составил около 146 млрд. руб. Тем не менее, бюджет области остается дефицитным на протяжении последних пяти лет.

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ГОРОДА

Белгородская область является общепризнанным на мировой арене центром развитой, передовой промышленности, выступая одним из лидеров аграрного и сырьевого сектора. Немалого внимания заслуживает и уровень развития науки и информационных технологий в области. (Например, недавно в Белгороде был приобретен первый электромобиль).





Сельскохозяйственная житница, православный город - именно такие лозунги продвигаются представителями региона. Однако известна Белгородская область по всей России брендом «Белгород-город добра и благополучия». «Белгород - город добра и благополучия», как показывает анализ данного бренда, - это комплексная идея развития социокультурного пространства, включающая в себя три компонента:

- СРЕДА:
- РЕСУРС:
- ДВИЖЕНИЕ:

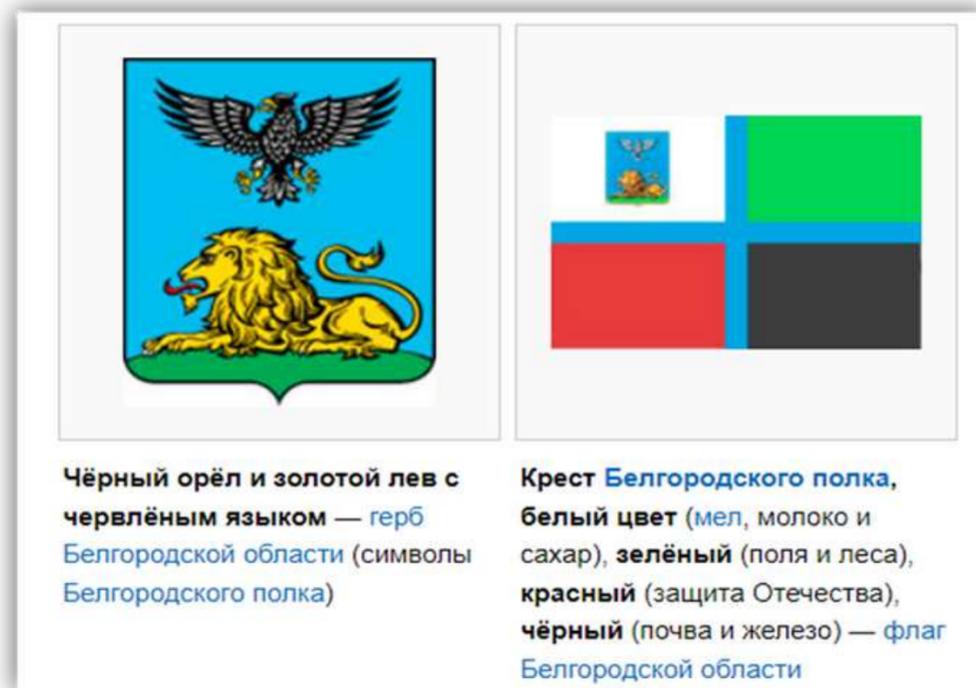
Белгород позиционируется как «зеленый» город, свидетельством этого является создание многочисленных парков, скверов, зеленых уголков, которые расположены по всему городу. Белгород неоднократно отмечался как один из самых чистых городов, Белгородская область не раз признавалась лидером среди российских регионов по экологическим показателям. По результатам мониторинга общественной организации «Зеленый патруль» регион

занял второе место как территория, имеющее наиболее благоприятное состояние окружающей среды для жизнедеятельности человека.

## ВЫВОД:

Таким образом, Белгородская область является динамично развивающимся индустриально-аграрным субъектом ЦФО России. Область демонстрирует устойчивые темпы развития всех отраслей экономики и увеличение уровня жизни населения, являясь притягательным регионом для мигрантов из соседних областей и стран. Регион обладает огромным промышленным, научным и сельскохозяйственным потенциалом

# АУДИТ БРЕНДА



Флаг Белгородской области — полотнище, разделенное синим крестом на четыре равные части: белого, зеленого, красного и черного цветов. На белом поле флага размещен герб области.

Белый цвет на флаге символизирует богатые залежи, и производство мела, молока и сахара, зеленый цвет — изобилие и плодородие земли, полей и лесов, красный — кровь, пролитую защитниками Отечества на белгородских рубежах в XVI-XX веках, а черный — богатство почвы, ее чернозем и недра.

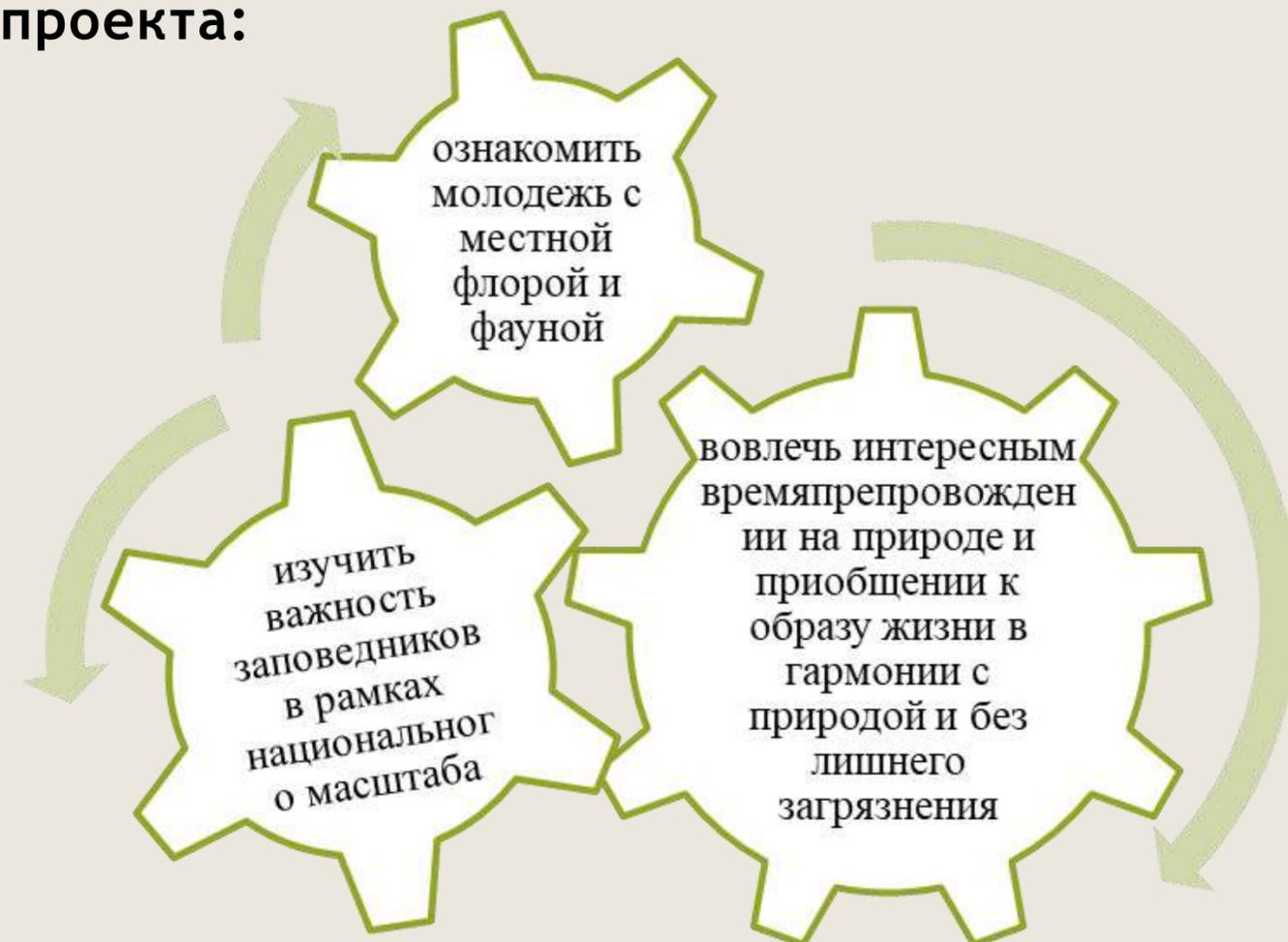
Герб Белгородской области разрабатывался в традициях и по правилам геральдики и соответствует гербу 1730 года исторической Белгородской губернии XVIII века.

Современный герб города Белгорода воссоздаёт историческую преемственность герба города Белгорода, утверждённого 21 июля 1893 года (с последующими изменениями) на основе знамённой эмблемы 1712 года Белгородского пехотного полка, проявившего доблесть в Полтавской битве. Флаг Белгорода — один из официальных символов (наряду с гербом) города Белгорода Белгородской области Российской Федерации. Флаг является символом единения и взаимодействия жителей города. Ныне действующий флаг утверждён 22 июля 1999 года решением Белгородского городского Совета депутатов № 321 и внесён в Государственный геральдический регистр Российской Федерации с присвоением регистрационного номера 978 в 2002 году

# АВТОРСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ

Белгород чаще всего называют «зеленой столицей» России. Для формирования позитивного и выделяющегося бренда города может служить концепция воспитания экологической ответственности у подрастающего поколения. Благодаря ресурсам Белгорода, а именно наличию множества парков, заповедников, приозерных участков, можно создать уникальный образовательный лагерь с экологическим уклоном под названием «EcoStudy». (ЭкоШкола)

Суть проекта:



Белгород может стать одним из лидеров в решении связанным с потребностью в экологической ответственности человечества, предлагая на своем примере реализованные идеи синтеза «природного» и «информационного» потенциала молодого поколения, которое любит анализировать данные и не так подвержено информационному шуму, относясь ко всему вдумчиво и осторожно.

# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



<b>Демографические признаки:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Пол: Женский/Мужской</li><li>2. Возраст: От 25 до 55 лет</li><li>3. Город: Белгород</li><li>4. Семейное положение: Наличие детей в возрасте от 4 до 17 лет</li><li>5. Уровень дохода: низкий, средний и высокий доход</li></ol>	<b>Цели:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Стремятся к воспитанию экологической ответственности у молодого поколения</li><li>2. Поиск дополнительных увлечений для своего ребенка</li><li>3. Приобщении к образу жизни в гармонии с природой</li></ol>
<b>Интересы:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Квалифицированные и опытные педагоги</li><li>2. Не отвлекать детей от основного обучения</li></ol>	<b>Переживания:</b> <p>Родители переживают, что их дети мало времени уделяют экологии города Белгород</p>

## ◆ Целевая аудитория № 1

ЦА №1 - родители дошкольников, школьников, которые думают о будущем ребенка, и стремятся к воспитанию экологической ответственности у подрастающего поколения, заинтересованы в улучшении экологии и приобщению своих детей к экологическому образу жизни.



<b>Демографические признаки:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Пол: Женский/Мужской</li><li>2. Возраст: От 4 до 17 лет</li><li>3. Город: Белгород</li></ol>	<b>Цели:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Поближе ознакомиться с экологическим состоянием своего города</li><li>2. Проводить свободное время с пользой</li></ol>
<b>Интересы:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Познание неизведанного</li><li>2. Общение со сверстниками</li><li>3. Способ самовыражаться</li></ol>	<b>Переживания:</b> <p>Дети не ценят природу и мало внимания уделяют экологии Белгорода</p>

## ◆ Целевая аудитория № 2

ЦА №2 - дошкольники, школьники, которые заинтересованы в ознакомлении с местной флорой и фауной, поближе ознакомиться с экологическим состоянием своего города, создавать проекты по улучшению, познание новой информации, проводить свое время с пользой.

# БРИФ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА

A



## Цель

Формирование позитивного и выделяющегося бренда города путем авторской концепции воспитания экологической ответственности у подрастающего поколения, тем самым повышаем узнаваемость города



## Коммуникационное сообщение

«Белгород - город, где природа и человек ближе, чем кажется»



## Целевая аудитория

Целевая аудитория - это семьи в которых есть подрастающее поколение: дети дошкольного и школьного возраста, а также люди, которым не безразлично экологическое состояние



## Регион

г. Белгород/ Белгородская область



## Бюджет; Срок проведения

3 млн  
01.03.2023 - 31.05.2023



## Используемые медиа

Размещение на сайте города, в социальных сетях(группы) города, размещение на билбордах (кол-во 8-10), в местах с высокой проходимостью



## Ожидаемый результат

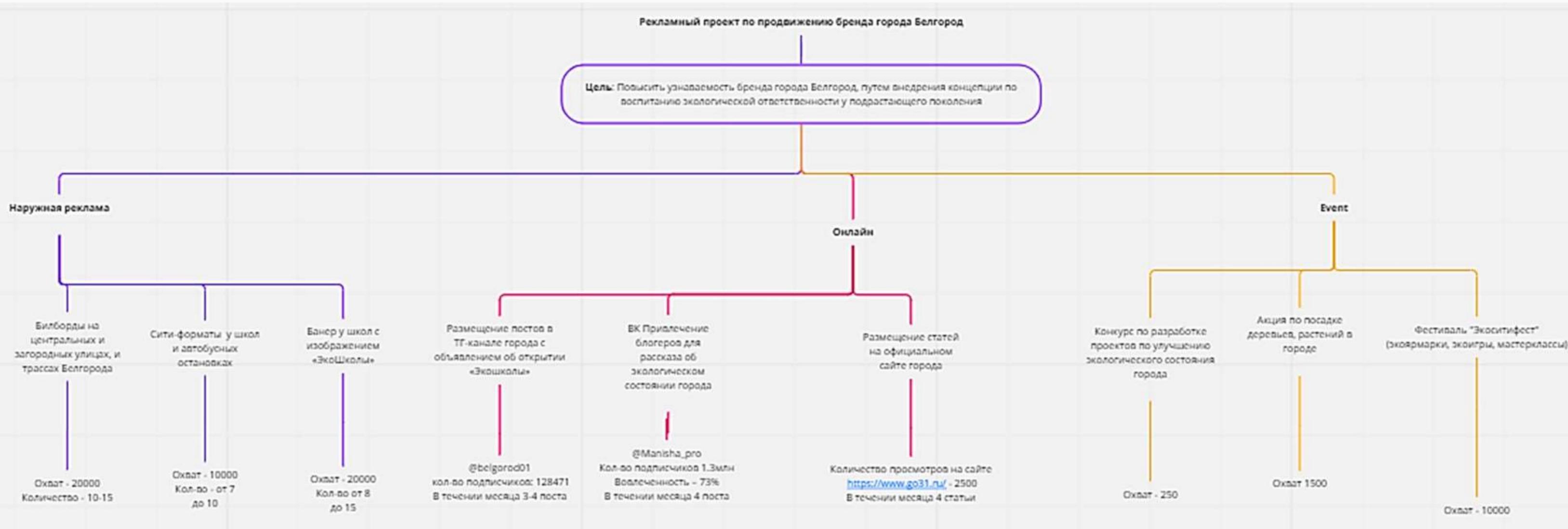
Сформировать позитивный и выделяющийся бренд города Белгород



## KPI

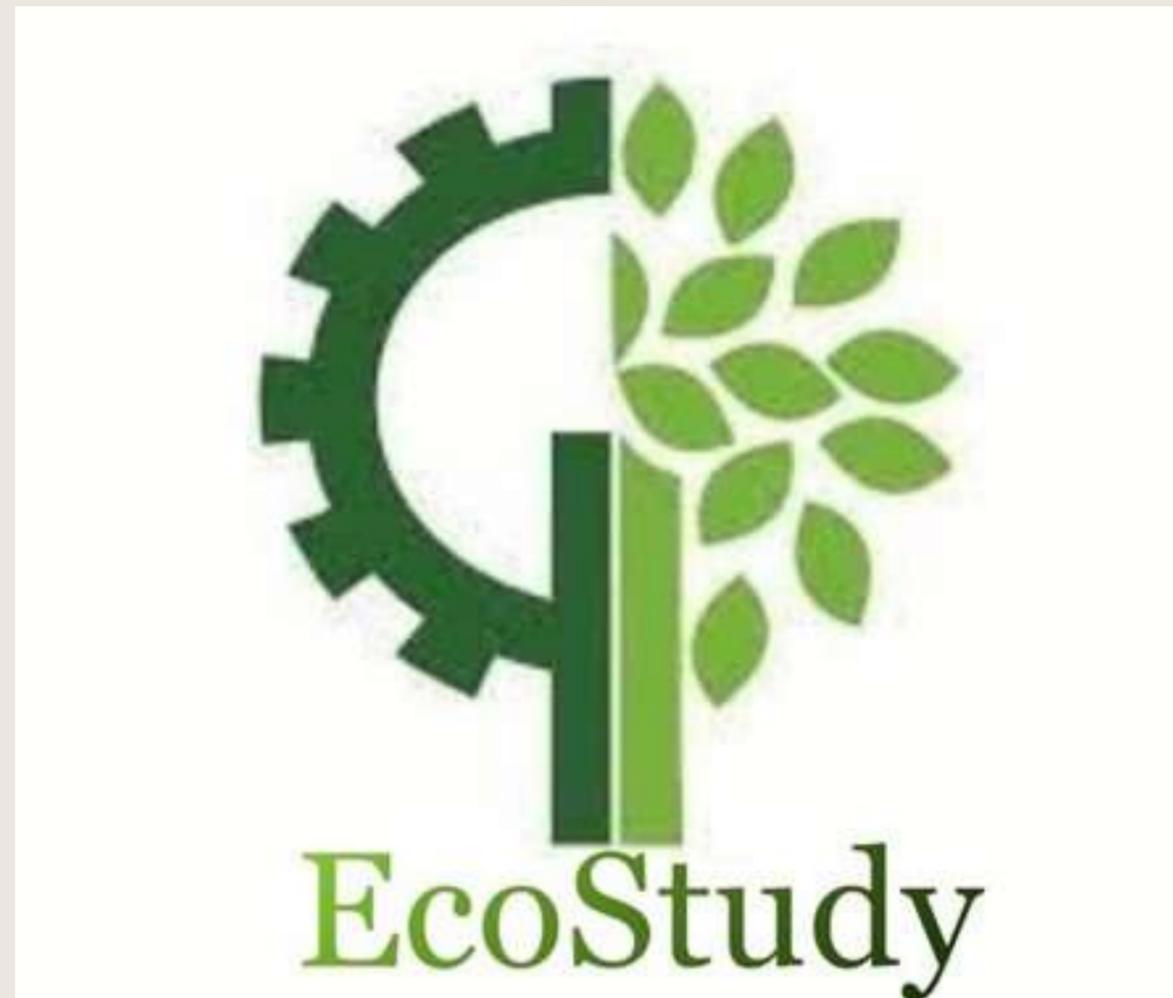
Кол-во посещений сайта, кол-во привлеченных потребителей, CR, стоимость одного привлеченного потребителя, стоимость одного клика по рекламному объявлению

# СТРУКТУРНАЯ МОДЕЛЬ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА



# КРЕАТИВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ

Слоган проекта: “Заботимся о будущем охраняя настоящее.”



Логотип “ЭкоШколы”



A



# ВРЕМЕННЫЕ РЕСУРСЫ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА

- Изначальный временной срок

3 месяца | 90 дней

- Срок при последовательном выполнении работ

8 месяцев | 244 дня

- Критический путь

3 месяца и 7 | 90 дней

На основе критического пути проекта, была построена диаграмма Ганта, на которой визуальны представлены основные элементы и выполняемых работ.

# ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА

- Размещение рекламного материала  
1.137.000 руб

- Оплата труда специалистов  
520.000 руб

- Сопроводительные ресурсы  
165.000 руб

- **Итоговая сумма** **1.822.000р**

- **12% РИСКИ** **248.456 р**

- **Сумма с учетом рисков** **2.070.455р**

Общий бюджет проекта составил 1.822.000р., из этого следует, что бюджет проекта вкладывается в рамки бюджетного планирования, так как в изначальном брифе установлена сумма в размере 3 млн рублей. Рассчитанные риски составляют 248.456 рублей, то есть 12% от общего бюджета затрат. Таким образом итоговый бюджет составил с учетом рисков 2.070.455 р. Так как первоначально в условиях брифа общий бюджет составляет 3 млн рублей, то нам требуется перерасчет в сторону понижения финансовых ресурсов.

# РИСКИ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА



✓	Разработать концепцию блога об экологическом состоянии города	✓	Разместить серию публикаций	✓	Разместить серию макетов	✓	Получить разрешение на проведение мероприятия у органов местного самоуправления
	Неустойка по срокам реализации концепции		Некачественная публикация на фоне конкурентов		Опечатки на макетах		г. Белгород/ Белгородская область
	Увеличить срок подготовки концепции		Перед размещением проанализировать конкурентов		Создание нескольких форматов для размещения		Прописание рисков и правил в договоре

---

✓	Подписать соглашение о размещении контента	✓	Назначить кураторов, ответственных за определенные области	✓	Подготовить необходимое оборудование	✓	Обеспечить волонтерам материал для посадки, инструменты и т.д.
	Неправильно оформлено соглашение		Отсутствие некоторых кураторов на площадках		Проблемы работы оборудования		Низкий объем закупленного материала
	Подготовить новое соглашение		Иметь альтернативный вариант или замена сотрудником компании		Проведение вводного инструктажа по использованию оборудования		Закупить материал для непредвиденных обстоятельств

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

**Итог проделанной работы:** формирование базовых знаний и навыков проектных подходов к реализации рекламных проектов (навыки креативного мышления, оптимизация временных, финансовых ресурсов, идентификация и оптимизация рисков рекламного проекта.)

Выполненные этапы, позволившие определить цели, идеи и Ц.А.:

- Анализ социально-экономического, текущего состояния города;
- Анализ целевой аудитории;
- Анализ возможностей бренда;
- Разработка авторского предложения по совершенствованию, а именно уникального образовательного лагеря с экологическим уклоном под названием «EcoStudy» - «ЭкоШкола», позволяющего воспитывать экологическую ответственность у подрастающего поколения, и дающего последний необходимый толчок для того, чтобы бренд увидели, услышали.

Во второй главе был разработан рекламный проект по продвижению бренда, который состоит из:

- Структурной модели;
- Сетевой модели простой, до и после оптимизации;
- Планирования стоимости реализации рекламного проекта (предусматривая риски).
  - Процесс планирования при помощи сетевых моделей состоит в описании всей проектной деятельности в виде комплекса работ или решаемых задач и взаимосвязей между ними.
  - Планирование стоимости рекламного проекта дает возможность увидеть, как будут распределяться средства на протяжении всего года, а также более экономно расходовать рекламный бюджет

**Совокупный результат семестровой работы:** готовый рекламный проект по продвижению города Белгород, что подчеркивает достижение основной цели проекта.



# СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

А



1. Полный рейтинговый отчет по белгородской области.2020 // Режим доступа: <https://www.acra-ratings.ru/press-releases/3058/>
  2. Главное о регионе 2021 // Режим доступа: <http://orv.gov.ru/Regions/Details/15>
  3. Социально-экономическое развитие белгородской области: состояние и прогноз // Режим доступа: <https://ekonomika.snauka.ru/2016/11/12989>
  4. Бренд региона и его составляющие (на материале «Белгород - город добра и благополучия») 2021 // Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/brend-regiona-i-ego-sostavlyayuschie-na-materiale-belgorod-gorod-dobra-i-blagopoluchiya>
  5. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://belg.gks.ru>
-