

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования «Российский экономический университет»

АННОТАЦИЯ

выпускной квалификационной работы
ФИО

на тему «Программа совместного брендинга производителя и ритейлера»

В рамках данной выпускной работы предложено исследование наиболее острых и проблемных аспектов взаимодействия производителя и ритейлера при проведении совместных кампаний на рынке. В работе освещены теоретические аспекты кобрендинговых мероприятий, а также проведено рассмотрение проблемы на примере взаимодействия ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» с различными розничными сетями.

Основываясь на обширном перечне литературных источников, а также на проведенном анализе рынка, автором работы были разработаны и предложены рекомендации по повышению эффективности и возможные направления совершенствования программ совместного брендинга производителя и ритейлера. Этот аспект взаимодействия выбран по причине его эффективности в конкурентной среде.

Работа состоит из трех глав. Первая глава работы посвящена определению особенностей и структуризации теоретической модели программ совместного брендинга. Также в теоретической части выявлены основные виды совместной деятельности производителя и ритейлера.

Вторая глава несет аналитическую информацию, в которой определяется конкурентная ситуация, определяющая практику разработки программ совместного брендинга производителя и ритейлера на примере ООО «КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ». Глава включает разработку программы кобрендинговой активности.

В третьей главе осуществлена разработка рекомендаций по повышению эффективности и возможных направлений совершенствования совместного брендинга производителя и ритейлера. Здесь не только произведен расчет экономической эффективности разработанной программы но и определены современные тенденции путей взаимодействия двух компаний на примере ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия».

В целом в работе доказано, что разработка и внедрение рекомендуемых предложений по совершенствованию кобрендингового взаимодействия имеют экономический и социальный характер и соответственно принесут экономические и социальные результаты. Также в работе отмечается, что компания ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» имеет достаточно перспективные направления развития в сфере совместного брендинга: это и своевременное реагирование в принятии решений и имеющиеся возможности для модернизации и увеличения эффективности рекламных кампаний.

В работе представлено 17 рисунков, 1 таблица, приложения.

Автор ВКР

«ФИО»