**Слайд 1**

Тема проведенного исследования: "Организация работы рекламного агентства".

**Слайд 2**

Тема организация работы рекламного агентства является актуальной, так как рекламное агентство является главным связующим звеном между рекламодателем и потребителями рекламной информации. От профессионалов, работающих в рекламном агентстве и от правильно построенной коммуникационной деятельности, зависит успешность продвигаемого товара или услуги на потребительском рынке, а значит и финансовое благополучие рекламодателя.

Анализ степени разработанности темы показывает, что с каждым годом в нарастающей конкурентной борьбе реклама становится все более актуальным инструментам продвижения. Именно с помощью рекламы многие компании стремятся увеличить объемы продаж своих товаров, привлечь к своей торговой марке новых покупателей и в итоге содействовать ещё большему укреплению позиций на рынке. Реклама являются элементам комплекса продвижения или комплекса маркетинга, к которому так же относятся такие средства воздействия как личная продажа и связи с общественностью, стимулирование сбыта. Реклама играет важную роль в продвижении продукции потребителю, поэтому деятельность рекламного агентства является необходимой на рынке услуг.

**Слайд 3**

Целью работы является анализ организации деятельности в рекламном агентстве. Для достижения данной цели в работе были поставлены следующие задачи:

изучить понятие и сущность менеджмента в рекламном агентстве;

рассмотреть основные субъекты рекламного менеджмента и их деятельность;

определить сущность рекламных агентств их цель, рассмотреть виды;

выявить особенности принятия решений в рекламном агентстве с точки зрения менеджмента;

проанализировать деятельность рекламного агентства «Профит Групп» и составить его общую характеристику

проанализировать основные виды деятельности агентства

разработать рекомендации по улучшению системы менеджмента в деятельности агентства;

разработать рекомендации по совершенствованию организационной структуры;

разработать рекомендации по мотивации сотрудников агентства.

**Слайд 4**

Остановимся подробнее на самых важных аспектах проведенного исследования.

Сущность рекламного менеджмента состоит в том что, его можно рассматривать с двух сторон. С одной стороны рекламный менеджмент – процесс управления рекламной деятельностью, например, такой как производство рекламной продукции, предоставление рекламных услуг. С другой - это управление взаимоотношениями всех участников рынка. Рекламодатели обращаются в рекламные агентства, поскольку не имеют в своем штате рекламистов, а значит профессионалов в рекламной сфере бизнеса. Рекламные агентства бывают разных видов и выполняют разные функции и задачи, отличаются набором предоставляемых услуг, но все они являются звеном между рекламодателем и субподрядчиками.

В процессе изучения рекламного менеджмента, выявилась особенность рекламного менеджмента, которая заключается в том, что в рекламной деятельности теоретики рекламы выделяют инновационный менеджмент и «креативный менеджмент». Инновационный менед­жмент предполагает ориентацию на организационные, технологи­ческие, технические и иные новшества, а "креативный менеджмент" (ме­неджмент творчества) предполагает организацию и методы управления, направленные на повышение эффективности дея­тельности творческих коллективов.

**Слайд 5**

Объектом анализа бакалаврской работы выступало рекламное агентство «Профит Групп». Анализ деятельности организации показал, что агентство представляет собой независимую организацию людей творческих профессий и деловых людей, специализирующихся на разработке и подготовке планов рекламной деятельности, рекламы и прочих рекламных материалов. Основные задачи агентства - организация рекламно-информационной службы, постановка рекламного дела на современном уровне, упорядочение системы размещения рекламы в печатных изданиях, на радио и телевидении, проведение рекламных кампаний, обеспечение потребителей товаров и рекламодателей качественной рекламой.

**Слайд 6**

В работе проведен анализ маркетинговой среды SWOT-анализ. На сегодняшний день у агентства несколько серьезных конкурентов, что видно из SWOT-анализа, поэтому агентству требуются рекомендации по улучшению работы в сфере рекламы новые виды деятельности, чтобы отстроиться от конкурентов. Из проведенного исследования видов деятельности организации и выявления собственной производственной базы в рекламном агентстве сделан вывод о том, что рекламное агентство «Профит Групп» действительно является агентством с полным циклом услуг, поскольку осуществляет свою деятельность по нескольким направлениям и в каждом из них предлагает рекламные услуги.

**Слайд 7**

В рамках третьей главы бакалаврской работы на основе произведенного анализа организации системы менеджмента рекламного агентства «Профит групп», были разработаны рекомендации совершенствованию организационной структуры в рекламном агентстве.

Для улучшения функционирования рекламного агентства необходимо внести следующие изменения в структуру агентства: ввести следующие должности копирайтер, корректор, оператор пост-печатных работ. На слайде отражена новая структура рекламного агентства «Профит Групп».

Данные структурные изменения позволят увеличить прибыль, привлечь новых клиентов и удержать постоянных, поддержать положительный имидж агентства и снизить затраты на саморекламу.

**Слайд 8**

Кроме рекомендаций по совершенствованию структуры рекламного агентства, мы рассмотрели систему мотивации персонала в рекламном агентстве «Профит Групп» и на основании этих сведений предлагается несколько схем мотивации персонала, одной из которых является метод «Целей и задач». Как представляется, данная система является универсальным средством достижения максимальной прибыли для рекламного агентства.

**Слайд 9**

Из нематериальных методов стимулирования сотрудников в работе предложены разные виды отдыха сотрудников с их семьями, которые будут благополучно влиять на работника рекламного агентства.

Данные рекомендации необходимы в работе рекламного агентства, так как мотивация персонала необходима любой организации, поскольку она является инструментом управления деятельностью каждым сотрудником.

**Слайд 10**

Спасибо за внимание!