ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ:

УДК 33.054.22

ГРНТИ 47.01.14

Дэвид Браун, студент 3 курса направления подготовки 38.03.02 Менеджмент направленность (профиль) Управление организацией Курского государственного университета

e-mail: petr93@mail.ru

Научный руководитель: Иванов Иван Иванович, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка для иностранных граждан Курского государственного университета

e-mail: nsivan@yandex.ru

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. В данной статье рассматриваются методы оценки эффективности рекламных кампаний организаций. Оценка эффективности рекламы учитывает комплекс создавшихся на рынке условий и факторов, способствующих или препятствующих решению коммерческих задач предприятия. Чтобы скорректировать будущие рекламные акции и внести поправки в план маркетинга, необходимо провести анализ эффективности рекламной кампании. Такая оценка является непременной составляющей коммерческой деятельности компании-рекламодателя.

Ключевые слова: эффективность рекламных кампаний, методы оценки эффективности, психологическая эффективность, экономическая эффективность.

David Brown, the 3rd year student, major in 38.03.02 Management in the field of Organization Management, Kursk State University

e-mail: petr93@mail.ru

Ivanov Ivan Ivanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Management Department, Kursk State University

e-mail: nsivan@yandex.ru

METHODS FOR RATING THE EFFECTIVENESS OF ADVERTISING CAMPAIGNS ORGANIZATIONS

Annotation. In this article discusses methods for rating the effectiveness of advertising campaigns organizations. Rating the effectiveness of advertising allows the complex of created market conditions and factors that helps or obstructing to solving business problems of the enterprise. To adjust future promotions and correct the marketing plan, its necessary to analyze the effectiveness of advertising campaigns. This ratings is an indispensable component of the commercial activities of the company advertiser.

Keywords: effectiveness of advertising campaigns, methods for evaluating the effectiveness, psychological effectiveness, economical effectiveness.

Исследование эффективности рекламных кампаний организаций является одним из важнейших и перспективных направлений современных маркетинговых исследований [2, с. 190].

Обычно рекламодателя, прежде всего, интересует экономическая эффективность рекламы, то есть влияние применяемых рекламных средств на товарооборот и прибыль. Для этого могут использоваться показатели, представленные в таблице 1.

Таблица 1 - Показатели эффективности рекламных кампаний\*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  |  |  |

\*Источник: Блюм М.А. Основы использования средств рекламы в коммерческой деятельности: учебное пособие / М.А. Блюм – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2020. С. 67–68.

Основные составляющие планирования персонала представлены на рисунке 1.

Планирование персонала

Структурно

определенное планирование персонала

Индивидуальное планирование

Планирование коллективов подразделений

Планиро-вание штатного расписа-ния

Развитие организа-ционной стурктуры предприятия

Планирование карьеры сотрудника

Планирование обновления персонала

Кратко-срочное оперативное

Средне-сроч-ное

Долго-срочное страте-гическое

Определение потребностей подразделенийя

Планирование приобретения или развития персонала для подразделения

Планирование, относящееся к разрядам и новым рабочим специальностям

Планирование затрат на персонал

Рис. 1. Название рисунка

Таким образом, …..

Список литературы:

1. Беликова И.Ю. Применение компетентностного подхода при подготовке управленческих кадров малого бизнеса / И.Ю. Беликова // Вестник Томского государственного университета. – 2021. – №1 (17). – С. 79–85.

2. Блюм М.А. Основы использования средств рекламы в коммерческой деятельности: учебное пособие / М.А. Блюм. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2021. – 356 с.

3. Интернет-проект «HR-Portal» [Электронный ресурс]. – URL: http://hr-portal.ru, (дата обращения: 06.09.2021).

4. Кудрявцева Е.И. Современные подходы к проблеме формирования и использования моделей компетенций / Е.И. Кудрявцева // Управленческое консультирование. – 2021. – №1. – С. 166–177.

5. Мазорчук М.С. Построение математической модели отбора персонала на основе компетентностного подхода / М.С. Мазорчук, В.С. Добряк, Н.С. Бакуменко // Радіоелектронні і комп’ютерні системи. – 2021. – №2(45). – С. 163–170.