**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Плотниковой Наталии Анатольевны**

**«ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ БРЕНДОВ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА НЕСКОЛЬКО ТОВАРНЫХ КАТЕГОРИЙ**

**(НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА «CUT THE ROPE»)»**

**Н. рук. – Домнин Владимир Николаевич, канд. эк. наук, доцент**

**Кафедра рекламы**

**Очная форма обучения**

**Актуальность** исследования выражена в перспективности рынка товаров для детей, которая подтверждена прогнозами аналитиков, а также в рассмотрении лидирующей тенденции данного рынка – применении системы франчайзинга.

Научная **новизна** работы состоит в комплексном анализе коммуникационной активности наиболее успешных брендов сегмента.

**Цель** работы: выявить роль рекламы в достижении коммерческого успеха брендов детских товаров, работающих по системе франчайзинга.

**Задачи**, которые необходимо выполнить, для достижения цели:

\* Изучить специфику работы с целевой аудиторией «дети».

\* Описать работу брендов по системе франчайзинга.

\* Проанализировать зарубежные и российские примеры успешной работы брендов детских товаров, работающих по системе франчайзинга.

\* Обозначить функции рекламы в достижении коммерческого успеха рассматриваемых брендов.

\* Рассмотреть бренд Сut The Rope и сформулировать практические рекомендации для его рекламной коммуникации, которые обеспечат бренду коммерческую успешность.

**Объект исследования** представляют бренды детских товаров, ориентированных на несколько товарных категорий.

**Предметом** исследования является рекламная коммуникация брендов детских товаров, работающих по системе франчайзинга.

**Теоретическую базу** исследования составили работы, описывающие специфику маркетинга товаров для детей, авторов М. Линдстрома и Ж. Веккьо, а также российские и зарубежные издания, посвященные описанию построения системы франчайзинга, авторства В. Колесникова, С. Шейна и С.Сосны.

**Эмпирическая база** аналитической работы состоит из результатов исследования рынка детских товаров компании Synovate Comcon и рекламных сообщений брендов, представленных на этом рынке.

**Структура работы** обусловлена ее целью и задачами: введение, три главы, заключение и список литературы. Первая глава посвящено теоретическим аспектам исследования, вторая анализу текущей ситуации на рынке, третья имеет практическую направленность. Каждая глава сопровождается общими выводами.