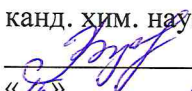


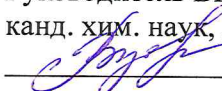
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)
Факультет инновационных технологий
Кафедра управления инновациями

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГЭК
Руководитель ООП
канд. хим. наук
 О.В. Вусович
«16» 06 2023 г.

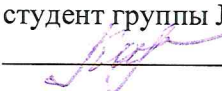
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА
КАРТЫ ПУТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ
ПРЕДПРИЯТИЯ ИЗ СФЕРЫ РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ

по направлению подготовки 27.03.05 Инноватика
направленность (профиль) «Управление инновациями в наукоёмких технологиях»

Кочко Анна Сергеевна

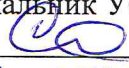
Руководитель ВКР
канд. хим. наук, доцент
 О.В. Вусович
«15» 06 2023 г.

Научный консультант
нач. УСРП АО «НПФ «Микран»
 С.О. Сапрунов
«11» июня 2023 г.

Автор работы
студент группы № 181903
 А.С. Кочко
«14» июня 2023 г.

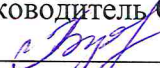
УТВЕРЖДАЮ

Начальник УСРП АО «НПФ «Микран»

 С.О. Сапрунов
«14» июня 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ООП, канд. хим. наук.

 О.В. Вусович
«15» июня 2023 г.

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ о возможности опубликования

Рассмотрев материал – текст выпускной квалификационной работы студента Кочко Анны Сергеевны на тему «Карты пути пользователя при реализации рекламных кампаний предприятия из сферы радиоэлектроники», предназначенный для размещения в Электронной библиотеке (репозитории) ТГУ, **подтверждаем:**

- в материале **не содержится** информация с ограниченным доступом (Закон РФ «О государственной тайне», Перечни сведений, подлежащих засекречиванию, Минобрнауки РФ № 36с от 10.11.2014 г.), а также информация, подпадающая под действие Списков, контролируемых товаров, технологий, утверждённых Указами Президента РФ: от 14.02.1996 № 202, от 14.01.2003г. № 36, от 17.12.2001 № 1661, от 08.08.2001г. № 1005, от 28.08.2001г. № 1082, от 20.08. 2007 г. № 1083.);

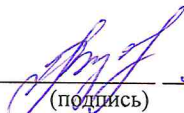
- текст выпускной квалификационной работы **содержит** производственную, техническую, экономическую, организационную информацию и другие сведения, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную и/или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам.

Заключение:

разрешить открытую публикацию выпускной квалификационной работы «Карты пути пользователя при реализации рекламных кампаний предприятия из сферы радиоэлектроники» студента Кочко А.С., изъав следующие главы: 1 – Общая характеристика фирмы АО «НПФ «Микран»; 2 – Описание продукции; 3 Рекламные кампании для информационно-измерительных систем; 4 – Критерии эффективности рекламных кампаний; 5 – Карта пути клиента; 6 – Карты пути клиента для разных сегментов целевой аудитории; 7 – Календарный план.

Научный руководитель, К.Х.Н.

(должность, уч. степень, звание)

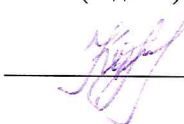
 О.В. Вусович
(подпись) (ФИО)

Научный консультант, нач. УСРП

(должность, уч. степень, звание)

 С.О. Сапрунов
(подпись) (ФИО)

Студент

 А.С. Кочко

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
1 Общая характеристика фирмы АО «НПФ «Микран»	5
2 Описание продукции	7
2.1 Векторные анализаторы цепей	7
2.2 Генераторы сигналов	7
2.3 Анализаторы спектра	8
3 Рекламные кампании для информационно-измерительных систем	10
3.1 Поисковый маркетинг	10
3.2 Маркетинг социальных сетей	11
3.3 Выставочная деятельность	12
4 Критерии эффективности рекламных кампаний	13
5 Карта пути клиента	15
5.1 Инструменты для оформления карты пути пользователя	17
6 Карты пути клиента для разных сегментов целевой аудитории	20
6.1 Карта пути клиента. Инженер	21
6.2 Карта пути клиента. Молодой инженер	27
6.3 Карта пути клиента. Гуру	36
6.4 Карта пути клиента. Начальник	44
7 Календарный план	48
8 Устойчивое развитие. Экология	49
9 Инженерная этика	50
Заключение	52
Список использованных источников и литературы	54
Приложение А Карта пути пользователя. Инженер	56
Приложение Б Карта пути пользователя. Молодой инженер	57
Приложение В Карта пути пользователя. Гуру	58
Приложение Г Карта пути пользователя. Начальник	59

ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ, СИМВОЛОВ, СОКРАЩЕНИЙ, ТЕРМИНОВ

АО – акционерное общество,

НПФ – научно-производственная фирма,

СJM – Customer Journey Map,

УСРП – управление сопровождением реализации продукции,

ОУП – отдел управления проектами,

ОСП – отдел сопровождения проектов,

ПО – программное обеспечение,

РК – рекламная кампания,

ООН – Организация Объединенных Наций,

СФО – Сибирский федеральный округ.

ВВЕДЕНИЕ

Реклама и маркетинг в современном мире играют ведущую роль. Без средств продвижения товара потребитель не знал бы о самых популярных в наше время брендах. Рекламная деятельность вносит свой вклад в развитие экономики, обеспечивает эффективное продвижение новых товаров и сопутствующих в их эксплуатации услуг.

По мнению теоретиков, рекламная кампания представляет собой «систему взаимосвязанных рекламных мероприятий, охватывающих определенный период времени и предусматривающих комплекс применения рекламных средств для достижения рекламодателем конкретной маркетинговой цели» [1].

Грамотная рекламная кампания способна значительно повысить финансовые показатели деятельности предприятия и привести к увеличению его конкурентоспособности на рынке.

Существуют различные способы оценки эффективности рекламных кампаний. В данной работе был выбран достаточно инновационный для российских предприятий маркетинговый инструмент моделирования и анализа клиентского опыта «Customer journey mapping» или «Карта путешествия клиента».

CJM подразумевает под собой технику визуализации клиентского опыта на основе составления «Карты путешествия клиента», включающую в себя этапы взаимодействия и «точки контакта» с организацией, а также эмоции потребителя и барьеры, возникающие в этих «точках контакта» [2].

Цель работы: Составление пути пользователя при реализации рекламных кампаний предприятия радиоэлектронной промышленности с помощью метода CJM.

Задачи работы:

1. Изучить теоретические основы расположения элементов на сайте;
2. Изучить метод CJM;
3. Определить критерии эффективности рекламных кампаний;
4. Разработать CJM для разных сегментов целевой аудитории;
5. Сформулировать полученные выводы.

Объект исследования: сайт компании, выставочный стенд.

Предмет исследования: поведение пользователя на сайте и стенде.

8 Устойчивое развитие. Экология

Восьмой целью устойчивого развития является «Достойная работа и экономический рост» установленный ООН на период до 2030 года. Создание карт пути пользователя направлено на выявление барьеров, с которыми сталкивается клиент, для последующего устранения. Что в свою очередь должно привести к увеличению объёмов продаж и к улучшению функционирования предприятия, в результате чего возникает потребность в создании новых рабочих мест.

Устойчивый экономический рост может способствовать прогрессу, созданию достойных рабочих мест и повышению уровня жизни, что имеет важное значение для стран, стремящихся к прогрессу. Следует учитывать, что такой рост должен быть стабильным, чтобы растущие объёмы не наносили ущерб окружающей среде.

К 2030 году планируется обеспечить полную и производительную занятость населения. По итогам 2022 года численность «занятых» Томской области составила 506,4 тыс. человек, что на 2,9 тыс. человек (на 0,6%) меньше, чем в 2021 году; численность безработных – 27,6 тыс. человек, что на 9,4 тыс. человек (на 25,4%) меньше, чем в 2021 году. По уровню безработицы Томская область занимает седьмое место в СФО [20].

В рамках данной цели компаниям необходимо осуществлять защиту трудовых прав и способствовать обеспечению надежных и безопасных условий для всех работников. При приеме на работу в компанию радиоэлектронной промышленности, новому сотруднику необходимо пройти инструктаж: по охране труда, по пожарной безопасности, по информационной безопасности.

9 Инженерная этика

Этические аспекты выпускной-квалификационной работы включают в себя определение степени ответственности каждого из участников команды проекта и порядок отражения заимствования результатов научных исследований в данной работе.

В таблице 4 представлена матрица ответственности по работе «Карты пути пользователя при реализации рекламных кампаний предприятия из сферы радиоэлектроники», которая отражает вклад каждого участника проекта на каждом этапе. В команду данного проекта входят:

Вусович Ольга Владимировна – кандидат химических наук, доцент кафедры УИ ФИТ ТГУ;

Сапрунов Сергей Олегович – начальник УСРП АО «НПФ «Микран»;

Кочко Анна Сергеевна – студентка 4 курса кафедры УИ ФИТ ТГУ;

Матюгина Элеонора Григорьевна – доктор экономических наук, профессор кафедры УИ ФИТ ТГУ.

В таблице 4 использованы следующие обозначения:

– ответственный (О) – несёт полную ответственность за выполнение задачи, а также выбирает способы решения;

– исполнитель (И) – выполняет поставленную задачу, но не в праве повлиять на выбранный способ решения задачи;

– консультант (К) – может давать советы и проводить консультации, высказывать мнение по способу и качеству решения;

– наблюдатель (Н) – может высказывать соображения, но несёт ответственности за явные ошибки.

Таблица 4 – Матрица ответственности лиц, вовлеченных в исследование

Работы по ВКР	Участник			
	Бакалавр Кочко А.С.	Руководитель ВКР Вусович О.В.	Консультант Сапрунов С.О.	Консультант Матюгина Э.Г.
Оформление и выдача задания на ВКР	И	О	О	Н
Определение структуры ВКР	И	О	К	Н
Обзор отечественной и зарубежной литературы по тематике исследования	О, И	К	К	Н
Проведение маркетингового исследования	О, И	Н	Н	К
Экономическое обоснование предлагаемых решений	И	О	Н	К

Окончание таблицы 4

Разработка и оформление наглядного материала	О, И	К	К	Н
Техническая подготовка ВКР	О, И	К	К	Н
Нормоконтроль	И	Н	Н	Н
Публикации по теме исследования	И	Н	К	Н

Также одним из важных аспектов инженерной этики является порядок отражения результатов исследования других лиц (плагиат, фальсификация данных и ложное цитирование). В таблице 5 представлено соблюдение данных требований.

Таблица 5 – Этика заимствования результатов исследования

Параметр	Значение	Примечание
Количество ссылок на литературу, всего	20	Страницы размещения ссылки в ВКР: [1] – стр.4; [2] – стр.4; [3] – стр.5; [4] – стр.6; [5] – стр.7; [6] – стр.8; [7] – стр.8; [8] – стр.10; [9] – стр.10; [10] – стр.11; [11] – стр.13; [12] – стр.13; [13] – стр.15; [14] – стр.15; [15] – стр.15; [16] – стр.15; [17] – стр.18; [18] – стр.18; [19] – стр.19; [20] – стр.49.
-монографий и учебников	3	Страницы размещения ссылки в ВКР: [1] – стр.4; [8] – стр.10; [13] – стр.15.
-статей из периодических изданий	3	Страницы размещения ссылки в ВКР: [2] – стр.4; [11] – стр.13; [12] – стр.13.
-нормативно-законодательные акты	1	Страницы размещения ссылки в ВКР: [4] – стр.6.
-статистическая информация	3	Страницы размещения ссылки в ВКР: [9] – стр.10; [10] – стр.11; [20] – стр.49.
Среднее количество ссылок в расчете на 1 стр. ВКР	0,4	
Автор подтверждает отсутствие в ВКР факта: -фальсификации данных	Да	
- ложного цитирования	Да	
Уровень оригинальности текста	89,68% по данным проверки на «Антиплагиат»	

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе работы был изучен маркетинговый инструмент Customer Journey Mapping и применен для анализа опыта клиентов на различных этапах их взаимодействия с компанией. Были разработаны и визуализированы карты пути клиента для разных целевых аудиторий, таких как «Начальник», «Гуру», «Молодой инженер» и «Инженер». Это позволило выявить основные «барьеры» и потребности потребителей в процессе их взаимодействия с компанией.

В ходе анализа были определены основные критерии эффективности рекламных кампаний: CTR (Click-Through Rate), CPC (Cost per Click), CPA (Cost per Action), CPL (Cost per Lead), ROAS (Return On Ad Spend), ROI (Return on Investment) и ROMI (Return on Marketing Investment). Учитывая данные критерии, маркетологи и рекламные специалисты могут проводить более точную оценку и оптимизацию рекламных кампаний для достижения максимальных результатов.

На основе выведенных «барьеров» потребителей были предложены следующие рекомендации по улучшению сайта, чтобы сделать его более интуитивно понятным и удобным для различных сегментов целевой аудитории.

Внесите изменение в интерфейс, для сокращения количества нажатий кнопок и облегчения процесса повторной регистрации при неверно введенной информации. Одной из возможных опций является добавление кнопки «Исправить данные» в окне ошибки, которое появляется при неверно введенных данных.

Предоставить пользователю ясную обратную связь о неправильном вводе данных. Отобразить сообщение об ошибке рядом с соответствующим полем ввода, указав конкретную причину ошибки и предложить рекомендации по исправлению.

Включить раздел с новостями о участии компании в выставках. Добавление такого раздела позволит информировать пользователей о последних событиях и достижениях, связанных с ее участием.

Внести корректировки в контактные данные, предоставляемые на веб-сайте, с целью обеспечить их актуальность и достоверность.

Дополнительно был проведен анализ и оценка онлайн-платформ, YouTube и Telegram-канал компании. Были идентифицированы сильные и слабые стороны этих каналов связи с клиентами, а также предложены рекомендации по их улучшению с целью повышения эффективности коммуникации и привлечения потенциальных клиентов.

Сайт, YouTube канал и чат-бот компании представляют собой эффективные инструменты в области маркетинга и коммуникации. Сайт компании обеспечивает доступ

к информации о продуктах, услугах и актуальных новостях, предоставляя пользователю удобную платформу для ознакомления и взаимодействия. YouTube канал предлагает широкий выбор видеоконтента, позволяющий компании привлекать и удерживать внимание целевой аудитории.

Чат-бот Telegram-канале, в свою очередь, обеспечивает автоматизированное общение с клиентами помогая в выборе приборов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Федько Н.Г. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие / Н.Г. Федько, И.И.Саввиди – Феникс, 2002. – 380 с.
- 2 Гребенникова А.И. «Customer Journey Mapping» в индустрии гостеприимства // Российские регионы: взгляд в будущее, 2020. 124 – 131 с.
- 3 АО «НПФ «Микран» / О компании [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.micran.ru/about/> (дата обращения: 18.04.2023).
- 4 ГОСТ Р 54869-2011. Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом. – Текст : электронный // Электронный фонд правовых и нормативных документов : нац. стандарт Рос. Федерации : дата введения 2012-09-01. – Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 декабря 2011 г. N 1582-ст. – 7 с.
- 5 Векторные анализаторы цепей серии «Панорама»: [YouTube канал]. – 2021 – URL: https://www.youtube.com/watch?v=YN1_O7w9cNM (дата обращения: 20.04.2023).
- 6 Синтезаторы частот серии Г7М: [YouTube канал]. – 2021 – URL: https://www.youtube.com/watch?v=RpoSH4Fw_Cs (дата обращения: 20.04.2023).
- 7 Анализаторы спектра серии СК4М: [YouTube канал]. – 2021 – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=O5AjK0icsrw> (дата обращения: 20.04.2023).
- 8 Белобородова А.Л., Новикова Е.Н., Палякин Р.Б. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А.Л. Белобородова, Е.Н. Новикова, Р.Б. Палякин. – Казань: Изд-во ООО «Абзац», 2020. – 130 с.: прил.
- 9 WebCanape / Статистика интернета и соцсетей на 2023 год – цифры и тренды в мире и в России [Электронный ресурс] – URL: <https://www.webcanape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2023-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 25.04.2023).
- 10 Инклиент / Статистика YouTube в 2023 году [Электронный ресурс] – URL: <https://inclient.ru/youtube-stats/> (дата обращения: 25.04.2023).
- 11 Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 28.04.2023) «О рекламе» // КонсультантПлюс: надежная правовая поддержка. – М., 2023. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (дата обращения: 27.04.2023).
- 12 Зуева, А. С. Анализ критериев и методов оценки эффективности рекламной кампании / А. С. Зуева // Современное состояние, проблемы и перспективы развития отраслевой науки: Материалы Всероссийской конференции с международным участием, Москва, 23–24 ноября 2017 года. – Москва: Издательство «Перо», 2017. – С. 136-138.

13 Джим Калбах Путь клиента: создаем ценность продуктов и услуг через карты путей, блупринты и другие инструменты визуализации; пер. с англ. П. Миронова; науч. ред. М. Стащенко. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2022. – 448 с.: ил. – (Серия O'Reilly).

14 Carbone L.P. and Haeckel S.H, Engineering Customer Experiences // Marketing Management Vol. 3, №. 3, 1994. – P. 8-19

15 Colin Shaw, John Ivens, Building Great Customer Experiences // Palgrave Macmillan // Kindle Edition, 2002. – P. 240.

16 Карта пути клиента от диагностики до целевого сценария // Лаборатория Wonderfull – Москва, 2021. – URL: https://base.socialvalue.ru/upload/files/cjm_final_web.pdf (дата обращения: 07.06.2023).

17 Microsoft Visio // Википедия: свободная энциклопедия. – [Б. м.], 2023. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Visio (дата обращения: 08.06.2023).

18 Обзор онлайн-доски Miro: зачем она нужна и как ей пользоваться // Skillbox. – URL: <https://skillbox.ru/media/management/obzor-onlayndoski-miro-zachem-ona-nuzhna-i-kak-ey-polzovatsya/> (дата обращения: 08.06.2023).

19 Что такое Figma: возможности и принципы работы // Skillbox. – URL: https://skillbox.ru/media/design/chto_takoe_figma/ (дата обращения: 08.06.2023).

20 Федеральная служба государственной статистики территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Томской области. – URL: <https://70.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Занятость%20и%20безработица%202022.pdf> (дата обращения: 08.06.2023).



СПРАВКА

Томский Государственный Университет

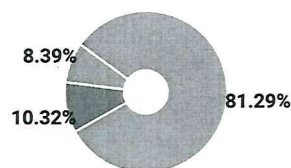
о результатах проверки текстового документа
на наличие заимствований

ПРОВЕРКА ВЫПОЛНЕНА В СИСТЕМЕ АНТИПЛАГИАТ.ВУЗ

Автор работы: Кочко Анна Сергеевна
Самоцитирование
рассчитано для: Кочко Анна Сергеевна
Название работы: Карты пути пользователя при реализации рекламных кампаний предприятия из сферы радиоэлектроники
Тип работы: Выпускная квалификационная работа
Подразделение: кафедра управления инновациями

РЕЗУЛЬТАТЫ

СОВПАДЕНИЯ		10.32%
ОРИГИНАЛЬНОСТЬ		81.29%
ЦИТИРОВАНИЯ		8.39%
САМОЦИТИРОВАНИЯ		0%



ДАТА ПОСЛЕДНЕЙ ПРОВЕРКИ: 14.06.2023

Структура документа: Проверенные разделы: титульный лист с.1, содержание с.2, основная часть с.3-52, 55, библиография с.53-54, приложение с.55-58
Модули поиска: ИПС Адилет; Библиография; Сводная коллекция ЭБС; Интернет Плюс*; Сводная коллекция РГБ; Цитирование; Переводные заимствования (RuEn); Переводные заимствования по eLIBRARY.RU (EnRu); Переводные заимствования по коллекции Гарант: аналитика; Переводные заимствования по коллекции Интернет в английском сегменте; Переводные заимствования по Интернету (EnRu); Переводные заимствования по коллекции Интернет в русском сегменте; Переводные заимствования издательства Wiley; eLIBRARY.RU; СПС ГАРАНТ: аналитика; СПС ГАРАНТ: нормативно-правовая документация; Медицина; Диссертации НББ; Коллекция НБУ; Перефразирования по eLIBRARY.RU; Перефразирования по СПС ГАРАНТ: аналитика; Перефразирования по Интернету; Перефразирования по Интернету (EN); Перефразированные заимствования по коллекции Интернет в английском сегменте; Перефразированные заимствования по коллекции Интернет в русском сегменте; Перефразирования по коллекции

Работу проверил: Васильева Анна Викторовна

ФИО проверяющего

Дата подписи: 14.06.2023

Ознакомился;

Кочко А.С.
Васильева А.В.



Чтобы убедиться
в подлинности справки, используйте QR-код,
который содержит ссылку на отчет.

Подпись проверяющего

Ответ на вопрос, является ли обнаруженное заимствование корректным, система оставляет на усмотрение проверяющего. Предоставленная информация не подлежит использованию в коммерческих целях.