

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/358866>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Реклама и PR

1. Организационно-экономическая характеристика деятельности компании
 2. Выбор выставки для участия
 3. Цели и задачи выставки. Определение целевых аудиторий
- Список использованных источников

SPG Russia LTD (ООО «ЭсПиДжи Рашиа») - это совместная российско-шведская компания, которая была создана в январе 2005 года и является первым в России предприятием по выпуску производственных сит любых типов и размеров для всех видов импортных и отечественных грохотов, а также крупнейшим производителем промышленных сит на Северо-Западе РФ.

Головной офис компании находится в г. Санкт-Петербурге, также открыты офисы в г. Петрозаводск, г. Сортавала, г. Хабаровск, г. Екатеринбург, также планируется открытие офиса в Москве. Само производство расположено на территории Карелии в г. Сортавала.

Генеральный директор компании - Корсаков Кирилл Юрьевич. Количество работников около 100 человек. Многолетний опыт шведской компании SPG AB, занимающей лидирующее положение на рынке Скандинавии, отшлифованные технологии и организация работы в сочетании с современным европейским оборудованием, позволили в кратчайшие сроки организовать отлаженное производство и добиться стабильно высокого качества продукции, а более чем 8 лет динамичного развития SPG Russia LTD на российском рынке показали востребованность высококачественной продукции предприятия.

На сегодняшний день клиентами компании являются крупнейшие производители щебня и строительных материалов, горнодобывающие комбинаты и дорожно-строительные организации РФ, а география российских поставок простирается от Калининграда до Петропавловск-Камчатского и от Мурманска до Горно-Алтайска. Предприятие экспортирует продукцию в Швецию, страны Балтии и СНГ, Африку. Производственные мощности SPG Russia LTD, расположенные на площади более, чем 5 га, включают в себя современное оборудование

1. Акулич М. В. Классификация методов рекламного воздействия// Реклама: теория и практика, 2019. – № 1. – С. 8-10.
2. Байтасов Р. Р. Основы рекламы и PR: курс лекций: учебное пособие. – М.: Просвещение, 2018. - 241 с.
3. Борецкий Е. А. Роль и значение рекламы в условиях рыночной экономики. Функции рекламы для общества // Молодой ученый. - 2019. - № 11.4. - С. 34-36.
4. Варданян, Г. А. PR и реклама: взаимосвязь и применение при продвижении // Аллея науки. - 2020. - Т. 1. - № 3(42). - С. 730-735.
5. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и publicrelations. - М.: ТРИЗ-ШАНС, 2019. - 380 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/358866>