

Вариант 1

Гольф-клуб на Рублевском шоссе. Владелец семейного предприятия "Николаев и сыновья" и винодельческого хозяйства "Лефкадия" Михаил Николаев инвестировал в строительство гольф-клуба на Рублевском шоссе. Об этом "Ведомостям" рассказал представитель бизнесмена. Поле для гольфа, по его словам, расположено на территории поселка "Горки-10". С 2010 г. Николаев приобретал здесь земельные участки у частных владельцев, всего 27 га, позже он объединил наделы. Земля обошлась Николаеву в \$9 млн, отметил представитель "Лефкадии", еще \$2,3 млн потребовалось на проектирование и строительство поля на 9 лунок.

Автор проекта - американский архитектор, председатель архитектурного бюро Hills & Forest Стив Форрест, добавил представитель "Лефкадии" и подтвердил сам Форрест. Его бюро, по собственным данным, уже спроектировало 240 полей для гольфа по всему миру, включая гольф-клуб "Петергоф" в Петербурге и Forest Hills Golf & Country Club в Москве.

Согласно проекту "поле для игры недлинное, но сложное, с множеством препятствий и уровней игры", описывает представитель "Лефкадии". Также оно включает два тренировочных поля. Благодаря такой укороченной модели поля игроку не придется тратить на его прохождение несколько часов, как на классических протяженных полях, уточнил собеседник "Ведомостей". В дальнейшем планируется расширить поле еще на 9 лунок, построить здание клуба, а также создать на базе клуба академию для обучения детей игре в гольф.

Михаил Николаев в конце 90-х гг. основал страховую компанию "Наста" и Российский промышленный банк. В 2007-2008 гг. он продал "Насту" швейцарской Zurich Financial Services Group за \$463 млн и 50% Роспромбанка нынешнему Laiki Bank за 85 млн евро. Сейчас его основные проекты - компания "Николаев и сыновья", выпускающая продукты питания под одноименной маркой, и винодельня "Лефкадия".

Для завершения проекта бизнесмен ищет партнера. С кем Николаев ведет переговоры и согласился ли кто-нибудь принять предложение, его представитель не уточнил, как и инвестиции в весь проект. Это зависит от окончательной концепции проекта, которая будет утверждена уже вместе с партнером, пояснил представитель "Лефкадии". В среднем создание поля на 18 лунок обходится в \$10-25 млн, подсчитывал председатель совета директоров компании "Процион" (занимается гольф-девелопментом) Олег Кустиков.

Гольф-клуб будет ориентирован на бизнесменов, поклонников гольфа и детей, обучающихся игре в гольф, заявил Николаев. По его словам, "на Рублевке объективно не хватает полноценного гольф-клуба, где можно было бы играть, проводить бизнес-встречи, отдыхать, учить детей тонкостям игры".

Всего в России 39 гольф-полей на 18, 9 и менее 9 лунок, по данным Ассоциации гольфа России, из них 14 в Московском регионе. При этом недалеко от гольф-клуба Николаева строится Raevo Golf & Country Club в д. Раево под Звенигородом, уточнил представитель администрации Одинцовского района Московской области. Последний проект, по данным его сайта, рассчитан на 18 лунок, его площадь - 259 га. Это гольф-поле введут в эксплуатацию в 2018 г., сообщил Кустиков ("Процион" - соинвестор проекта в Раеве). Николаева конкуренция не смущает: соотношение количества гольф-клубов к населению в Московском регионе невелико, в европейских странах оно на порядок выше, сказал он.

Подобные проекты окупаются в среднем 10 лет, а основной заработок приносит девелоперский проект, рядом с которым есть гольф-клуб, указывает Кустиков. Гольф-клуб имеет смысл строить в рамках загородного коттеджного поселка, соглашается партнер Colliers International Владимир Сергунин, это позволяет повысить стоимость квадратного метра на 30-40%.

Реклама и связи с общественностью

Согласно проекту "поле для игры недлинное, но сложное, с множеством препятствий и уровней игры"

Цель на 2017 год:

Целью коммуникационного проекта должно быть выстраивание точечной коммуникации в СМИ, социальных медиа и других каналах коммуникации с потенциальными соинвесторами строительства гольф-клуба, формирование их лояльности – и в итоге – заключение с ними партнёрских соглашений.

ЗАДАНИЕ:

1. Выделите ключевые целевые группы коммуникационного проекта. Обоснуйте выбор целевых групп и охарактеризуйте их основные особенности, наиболее значимые для достижения целей проекта.
2. Предложите несколько вариантов концепта коммуникационного проекта как основной идеи и базиса для разработки коммуникационного решения.
3. Составьте матрицу трансляции сообщений для ключевых целевых групп:

Целевая группа	Сообщение	Каналы коммуникации	Обоснование каналов коммуникации
Целевая группа 1			
Целевая группа 2			
Целевая группа N			

4. Разработайте предварительный план коммуникационных активностей для достижения целей проекта:

Коммуникационные активности	Период/Сроки	Целевые группы	Информационный повод для СМИ/SM	KPI
Активность 1				
Активность 2				
Активность N				

5. Предложите методику измерения KPI, учитывающую значения показателей до и после реализации коммуникационного проекта.

Вариант 2

Первый Евразийский Ортопедический Форум (<http://eoforum.ru>) пройдет 29-30 июня 2017 года в Москве в Экспоцентре. Миссия Форума - Развитие промышленного, научного и практического сотрудничества в области медицинских технологий и производства медицинских изделий в странах Евразийского континента в сфере травматологии и ортопедии.

Цели Форума:

- ✓ создание коммуникационной площадки для обмена опытом оказания высокотехнологичной помощи в различных политико-экономических реалиях стран Евразийского пространства;
- ✓ создание площадки для производителей медицинских изделий из Азиатско-Тихоокеанского региона для определения механизмов выхода на рынок Евразийского экономического союза;
- ✓ определение зарубежных партнеров и рынков сбыта для российских производителей медицинских товаров и оборудования;
- ✓ привлечение инвестиций и локализация производства наукоемкого оборудования на территории Российской Федерации;
- ✓ привлечение в Россию передовых технологий в области травматологии, ортопедии, реабилитации раненых и пострадавших с последующей интеграцией в российское производство;
- ✓ трансфер готовых технологий на рынки сбыта;
- ✓ взаимодействие российских производителей с зарубежными партнерами.

Задачи Форума:

- ✓ обеспечение представительства ведущих азиатских и европейских держав в сфере здравоохранения;
- ✓ достижение высокой научной и практической значимости форума;
- ✓ презентация актуальных разработок и лучших практик в области медицины и фармацевтики;
- ✓ рассмотрение вопросов единых регламентов для использования медицинских изделий на территории Евразийского экономического союза, вопросов локализации производства и сопутствующей документации, государственно-частного партнерства, организации специальных экономических зон с льготными системами налогообложения и таможенных сборов;
- ✓ рассмотрение перспектив государственного финансирования учреждений травматологии и ортопедии;
- ✓ функционирование на базе форума единой сети контактов, объединяющей представителей профильных органов государственной власти, руководящее звено учреждений здравоохранения, производителей и поставщиков медицинских и фармацевтических товаров, отраслевые СМИ и консалтинговые организации;
- ✓ создание предпосылок для регулярного проведения мероприятия.

Преимущества Форума:

1. Более 3000 практикующих врачей из 25 стран АТР и Евросоюза соберутся на форуме. Участие уже подтвердили Китай, Сингапур, Малайзия, Саудовская Аравия, Бангладеш и другие страны.

Реклама и связи с общественностью

2. Крупнейшая в Евразии выставка по травматологии-ортопедии – более 4000 кв. метров. Вместе с мировыми лидерами свои достижения представят «азиатские тигры».
3. Практический формат форума – 2 дня, 10 залов, более 150 лекций, мастер-классов, клинических случаев, презентаций новых технологий и оборудования.
4. Впервые так широко будет представлен уникальный опыт ведущих врачей из Азии и Ближнего Востока. В фокусе – возможности объединения лучших европейских и азиатских практик.
5. Программа форума разрабатывается с учетом ваших пожеланий. Присылайте идеи по темам, докладам, спикерам, и они будут учтены при разработке программы!

Цель на 2017 год:

Целью коммуникационного проекта должно быть информационное сопровождение предсобытийного этапа и формирование высокой вовлеченности экспертного медицинского сообщества в обсуждение ключевых тем Форума, и - как итог – стимулирование участия в Форуме более 3000 практикующих врачей из 25 стран АТР и Евросоюза.

ЗАДАНИЕ:

1. Выделите ключевые целевые группы коммуникационного проекта. Обоснуйте выбор целевых групп и охарактеризуйте их основные особенности, наиболее значимые для достижения целей проекта.
2. Предложите несколько вариантов концепта коммуникационного проекта как основной идеи и базиса для разработки коммуникационного решения.
3. Составьте матрицу трансляции сообщений для ключевых целевых групп:

Целевая группа	Сообщение	Каналы коммуникации	Обоснование каналов коммуникации
Целевая группа 1			
Целевая группа 2			
Целевая группа N			

4. Разработайте предварительный план коммуникационных активностей для достижения целей проекта:

Коммуникационные активности	Период/Сроки	Целевые группы	Информационный повод для СМИ/SM	KPI
Активность 1				
Активность 2				
Активность N				

5. Предложите методику измерения KPI, учитывающую значения показателей до и после реализации коммуникационного проекта.