

ФГБОУ ВПО БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



Институт истории и государственного управления

Кафедра государственного управления

Уфа - 2020



ФГБОУ ВПО БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Основы маркетинга

Уфа - 2020



Маркетинг

Лекция 8 (часов)

Маркетинговые коммуникации

Цель занятия:

План занятия:

- 1. Продвижение товара. Функции продвижения. Планирование продвижения. Методы установления бюджета на продвижение. Маркетинговые коммуникации. Инструменты маркетинговой коммуникации
- 2. Реклама. Основные характеристики. Виды рекламы. Каналы (средства) распространения рекламы. Сейлз промоушн. Задачи рекламы. Требования, предъявляемые к рекламе. Разработка рекламной кампании
- 3.Понятие, задачи, функции, методы, средства, инструменты, основные направления PR. Целевые группы, на которые направлена PR-деятельность. Средства паблик рилейшнз. Инструменты PR. Функции PR в российской PR-практике
- 4. Стимулирование сбыта как форма продвижения товара. Виды стимулирования сбыта. Виды скидок. Способы стимулирования потребителей, посредников, торгового персонала. Личная продажа. Этапы процесса личной продажи



Продвижение товара

Продвижение товаров — это любая форма действий, которая используется фирмой для информирования, убеждения и напоминания потребителям о своих товарах, услугах, идеях, общественной деятельности.

Важнейшие функции продвижения с точки зрения комплекса маркетинга

- 1. Создать образ престижности фирмы, её товаров и услуг.
- 2. Сформировать образ инновационности фирмы и её продукции.
- 3. Информировать о характеристиках товара.
- 4. Информировать о месте приобретения товаров и услуг.
- 5. Внедрить в сознание потребителей отличительные черты товара.
- 6. Обосновать цену товара.
- 7. Информировать о распродажах.
- 8. Информировать о том, что фирма выгодно отличается от конкурентов.



Каналы (средства) распространения рекламы

- **1. Реклама в прессе** это реклама **в газетах и журналах**. Газеты и журналы идеальное средство рекламирования для фирмы, которая хочет иметь широкий круг клиентов. Они позволяют передать клиентам конкретную информацию, такую как цена, скидки, характеристика продаваемого продукта и т.д.
- 2. Реклама на телевидении. Каждый способ рекламы имеет свои особенности. Телевидение сфокусировало в себе абсолютное большинство преимуществ всех видов рекламы. Телевизионная реклама, выступая в качестве домашнего страхового агента, может демонстрировать новые товары и моды, показать технологию приготовления разных блюд, показывать в работе бытовую технику, автомобили и т.п.
 - 3. Экранная реклама.
- 4. «Директ мейл» (прямая почтовая реклама, почтовая рассылка) преимущества: избирательность аудитории, гибкость, личностный характер, возможность точно определить эффективность вложенных в рекламу средств; недостатки: относительно высокая стоимость.
- 5. Реклама по радио преимущества: массовость использования, оперативность, низкая стоимость; недостативность представление только звуковыми средствами, сложность установления двусторонних коммуникаций с потребителем, сложности с записью переданных в объявлении данных.