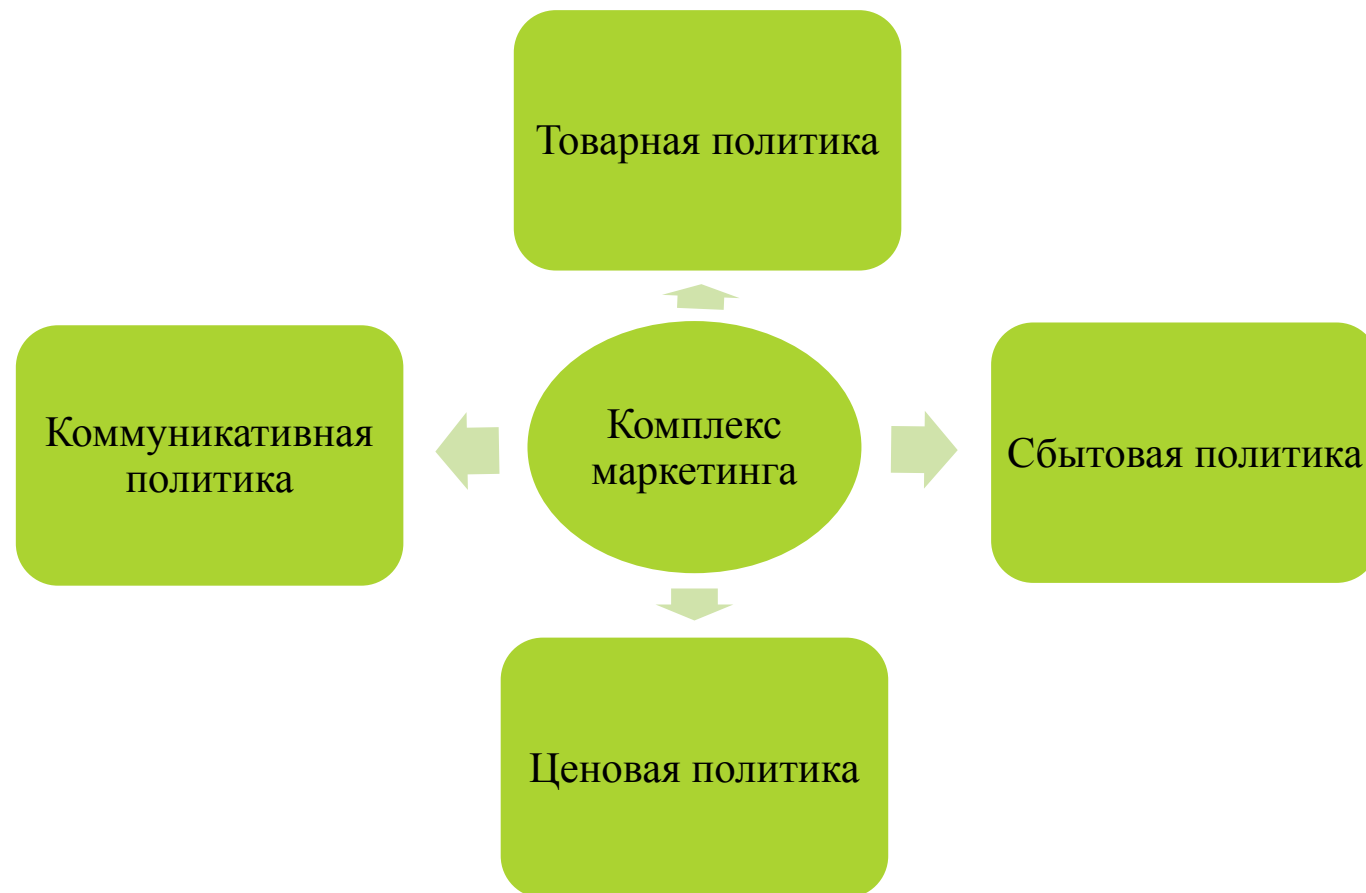




Коммуникативная политика в бизнесе

Выполнил:

Комплекс маркетинга



Коммуникативная политика

- ▶ программа действий предприятия, направленная на планирование и осуществление его **взаимодействия со всеми субъектами внутренней и внешней среды** на основе обоснованной стратегии управления **комплексом коммуникационных технологий**, обеспечивающих стабильное и эффективное формирование спроса и продвижения продукции **с целью удовлетворения потребностей покупателей и получения прибыли**



Коммуникационные технологии

Совокупность различных видов деятельности по доведению информации до потенциальных потребителей

Для информирования, убеждения или напоминания о своих товарах, услугах, образах, идеях, общественной деятельности

С целью стимулировать у потребителей желание сделать первую покупку и совершать последующие

Могут быть объединены в единую программу

Представлено большое разнообразие технологий

Решают широкий спектр задач бизнеса

Основные виды коммуникационных технологий

Реклама

PR

Стимулирование сбыта

Прямой маркетинг

Личные продажи

Интернет-маркетинг

Функции коммуникационных технологий в бизнесе

Информационная

- Информирование потребителей о наличии товара или услуги

Сбытовая

- Формирование и повышение спроса на товары и услуги

Дифференциации

- Отстройка от конкурентов, подчеркивание конкурентных преимуществ

Функции коммуникационных технологий в бизнесе

Ценностная

- Донесение информации о ценности продукции и о том какие потребности она удовлетворяет

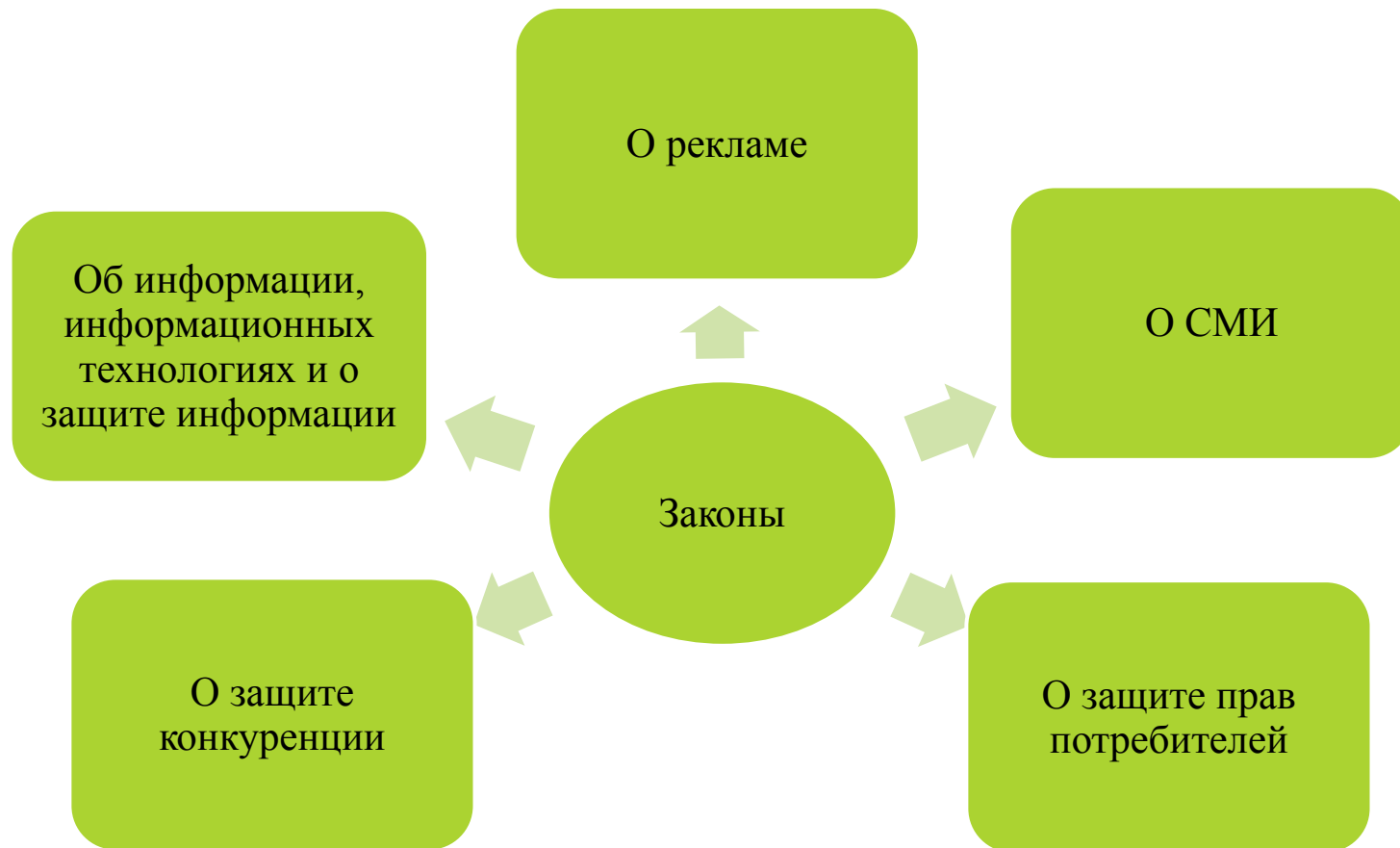
Приверженности

- Формирование лояльности к компании и ее продукции

Имиджевая

- Создание и управление имиджем и репутацией компании

Законодательное регулирование КОММУНИКАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ



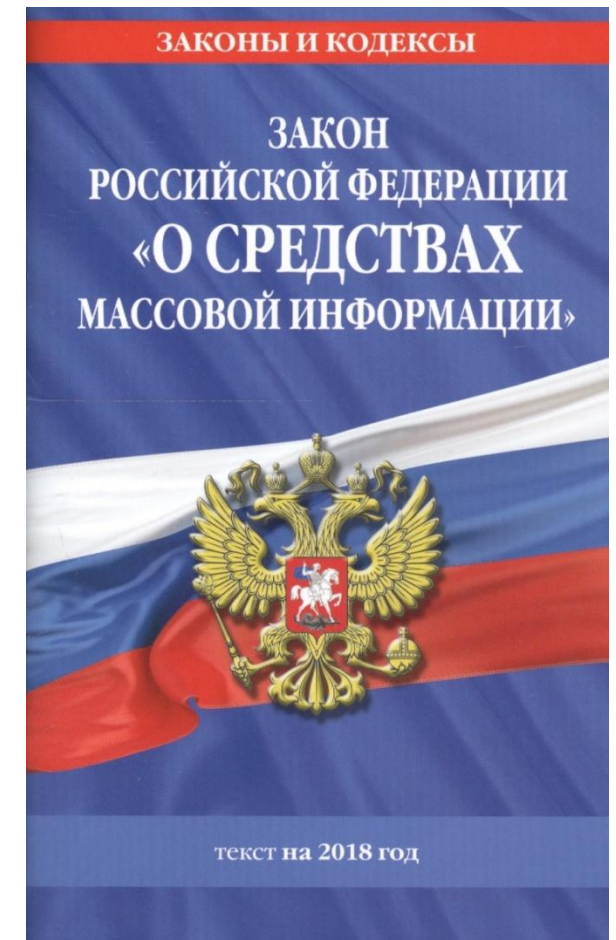
Закон «О рекламе» в коммуникативной политике

- ▶ Устанавливает основные требования к коммуникационным технологиям
- ▶ Определяет недобросовестные и недостоверные способы и формы распространения коммуникаций
- ▶ Определяет требования к определенным видам коммуникаций
- ▶ Определяет особые требования к коммуникациям отдельных видов товаров и услуг
- ▶ Устанавливает типы товаров и услуг, запрещенных к продвижению



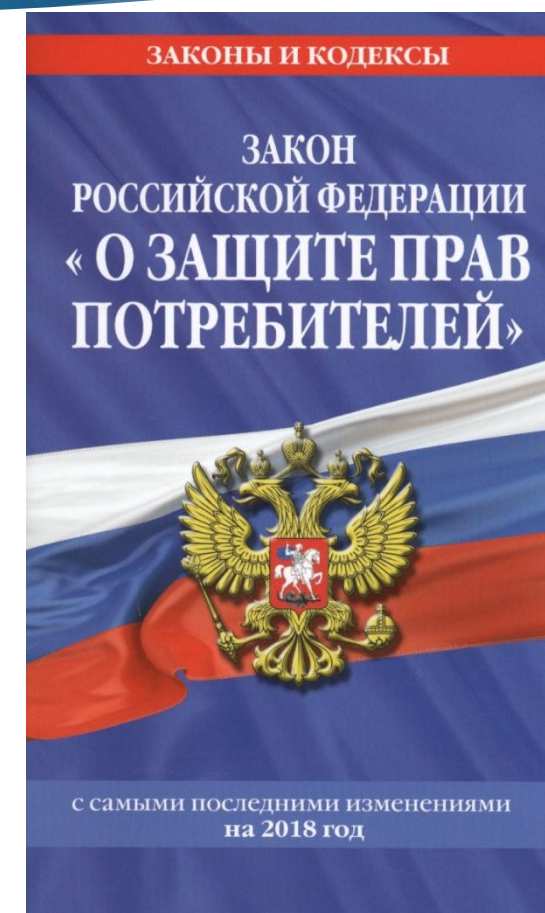
Закон «О СМИ» в коммуникативной политике

- ▶ Определяет какие каналы коммуникаций относятся к категории СМИ
- ▶ Устанавливает требования к размещению коммуникационных сообщений в СМИ
- ▶ Накладывает ограничения на распространение отдельных типов коммуникаций и сообщений в СМИ



Закон «О защите прав потребителей» в коммуникативной политике

- ▶ Определяет основные права потребителей
- ▶ Устанавливает право потребителя на достоверную информацию об изготовителе и продавце
- ▶ Устанавливает право потребителя на достоверную информацию о товарах и услугах
- ▶ Устанавливает ответственность за ненадлежащую информацию о товарах и услугах



Закон «О защите конкуренции» в коммуникативной политике

- ▶ Устанавливает запрет на недобросовестную конкуренцию путем дискредитации, путем введения в заблуждение и путем некорректного сравнения
- ▶ Устанавливает запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с использованием результатов интеллектуальной деятельности, с созданием смешения, с незаконным получением, использованием, разглашением информации, составляющей коммерческую или иную охраняемую законом тайну



Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» в коммуникативной политике

- ▶ Определяет основные требования к распространению или предоставлению информации
- ▶ Устанавливает порядок ограничения доступа к информации, распространяемой с нарушением авторских и (или) смежных прав, с нарушением закона
- ▶ Регулирует использование информационно-телекоммуникационных сетей при распространении информации





Спасибо за внимание