**Теми практичних занять з дисципліни «Комунікаційна діяльність»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №з/п | Назва теми | Кількістьгодин |
|  | Складання кошторису на рекламні витрати відповідно до методів їх визначення (5 методів планування бюджету: визначення бюджету організації з орієнтацією на збут; з орієнтацією на загальний бюджет маркетингу; паритету з конкурентами; визначення бюджету на одиницю продукції; визначення бюджету за цілями і завданнями рекламної кампанії). Попередня оцінка ефективності реклами. | 2 |
|  | Розробка ефективної схеми організаційної структури служби маркетингу на підприємстві. Укладання договорів щодо надання рекламних та інших консультаційних послуг. | 2 |
|  | Розробка рекламних засобів із застосуванням комп’ютерних технологій. Визначення цільової аудиторії реклами та розміщення її на інформаційних порталах.  | 2 |
|  | Розробка програми та методів стимулювання продажу нових споживчих товарів.Складання опитувального листка. Складання анкети для визначення рівня позиціонування.  | 2 |
|  | Створення друкованого матеріалу рекламно-оглядового характеру про фірму та її товар (візитки, буклети, листівки, рекламні оголошення). | 2 |
| 6. | Ознайомлення з організацією і роботою виставок та ярмарків: вітчизняний та зарубіжний досвід. | 2 |
| 7. | Методика проведення викладки товарів та засвоєння особливостей оформлення вітрин з використанням принципу “золотої” полиці та інших. | 2 |
| 8. | Способи штрихового кодування товару та інформації. Маркування на різних видах упаковки.  | 2 |
| 9. | Оцінка ефективності маркетингових комунікацій. Визначення ефектив­ності та рентабельності реклами. | 2 |
|  | Всього: | 18 |