

УДК 659

ББК 76.0

A48

Авторы:

В. А. Алексунин — кандидат экономических наук, профессор кафедры маркетинга и рекламы Российского государственного гуманитарного университета;

Е. В. Дубаневич — кандидат экономических наук, доцент Брянского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова;

Е. Н. Скляр — кандидат экономических наук, доцент Брянского государственного университета.

Рецензенты:

Т. Н. Парамонова — доктор экономических наук, профессор;

Н. М. Горбов — доктор экономических наук, профессор.

Алексунин В. А.

A48 Маркетинговые коммуникации: Практикум / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Н. Скляр. — 2-е изд., стер. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 194 с.

ISBN 978-5-394-03541-8

В практикуме рассматриваются вопросы организации самостоятельной работы студентов как на семинарских и практических занятиях под руководством преподавателя, так и во внеаудиторное время без непосредственного контроля. Содержит задачи, проблемные ситуации, примеры решения типовых задач, контрольные вопросы, тесты, объединенные по темам курса,

Для проведения практических и семинарских занятий со студентами бакалавриата, обучающихся по направлениям подготовки «Менеджмент» и «Торговое дело», слушателям школ бизнеса, практикующим маркетингологам, менеджерам и другим заинтересованным лицам.

ISBN 978-5-394-03541-8

© Алексунин В. А., Дубаневич Е. В.,
Скляр Е. Н., 2010

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2010

Содержание

Введение	5
Тематика практических и семинарских занятий, методические рекомендации по их проведению	7
Тема 1. Организация системы маркетинговых коммуникаций на предприятии	7
Тема 2. Реклама как элемент системы маркетинговых коммуникаций	24
Тема 3. Связи с общественностью — PR	67
Тема 4. Ярмарки и выставки как элемент коммуникативной деятельности предприятия	87
Тема 5. Личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций	93
Тема 6. Стимулирование сбыта и продаж	124
Тема 7. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия	131
Методические указания к выполнению рефератов	138
Вопросы для подготовки к экзамену	146
Список использованной и рекомендуемой литературы	148
Глоссарий	154
Приложения:	
1. Девизы фирмы, рекламные слоганы и мотивы фирмы “КОКА-КОЛА” более чем за 100 лет	174
2. Оценка эффективности размещения рекламного щита	177
3. Анализ затрат на размещение различных видов рекламы	180

4. Методические рекомендации по выполнению практической работы «Разработка логотипа фирмы»	183
5. Методические рекомендации по выполнению практической работы «Оценка эффективности логотипа ЗАО «Термотрон-завод»	185
6. Фирменный стиль «Ульяновск МОЛОКО»	188
7. Анкета для оценки торгового персонала методом «Таинственный покупатель»	190