

Практическое занятие № 9

Тема: Стимулирование сбыта и пропаганда в комплексе маркетинга

Цели занятия:

- **обучающая:** закрепить теоретические знания по теме, углубить и расширить, систематизировать и проконтролировать знания студентов по теме, сформировать умения и навыки студентов по теме.

- **развивающая:** развитие творческого подхода к решению самых разнообразных задач; формировать и развивать умение анализировать, выделять главное, вести конспект.

- **воспитательная:** формирование интереса к профессии у студентов, формирование определенных черт гармонически развитой личности

Формируемые компетенции: осознание социальной значимости будущей профессии; стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и профессионального уровня.

Средства обучения:

- конспект лекций
- практические задания
- инструкционные карты

Выполненную работу прислать на адрес эл.почты:
yulya.khitrova88@mail.ru

Ход занятия

Задание №1: Дайте определение понятиям «Паблик Рилейшнз», «Пропаганда», «Коммуникативная политика», «Стимулирование сбыта».

Задание № 2: Определите главную задачу стимулирования сбыта

Задание № 3: Назовите отличительные особенности «Пропаганды» от «Паблик Рилейшнз».

Задание № 4: Придумайте пиар-акцию своей продукции

Задание № 5: Разработайте мероприятия по стимулированию сбыта для следующих товаров:

- молоко;

- шампунь для волос.

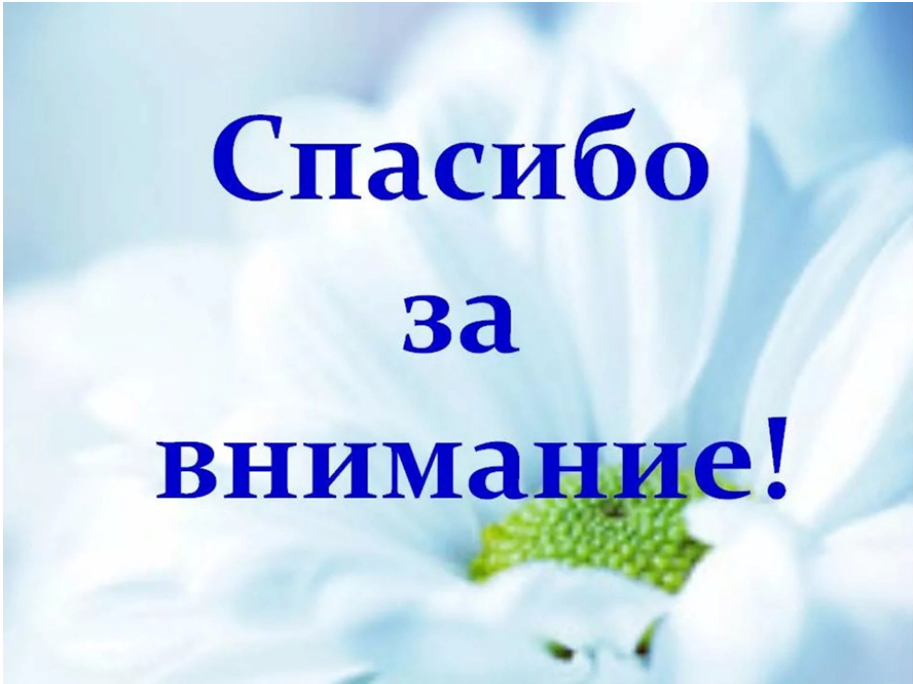
Вывод:

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое «ПР», «Пропаганда» и «Личная продажа»?
2. Каковы основные цели продвижения?
3. Охарактеризуйте структуру комплекса маркетинговых коммуникаций.
4. В чем суть рекламы? Какие задачи перед ней ставятся?
5. Назовите и охарактеризуйте основные методы исчисления бюджета коммуникаций.
6. Чем отличается личная продажа от рекламы?
7. Назовите цели, задачи и функции PR.

Основные источники:

1. Балабанова Л.В. Маркетинг: учеб. пособие для самост. работы студ. в условиях кредит. системы орг. учеб. процесса / Л.В.Балабанова, С.И. Коломицева, И.С.Фомкина; Донец. нац. ун-т экономики и торговли им.М. Туган-Барановского, Каф.маркетинг. менедж.- Донецк: ДонНУэт, 2018.- 377с.
2. Евдокимова Ф.И., Гавва В.М. Азбука маркетинга: Учеб. пособие. 3-е изд., перераб. И доп. – Д.: Сталкер, 2018. -432с., ил.
3. Маркетинг : учебно-методическое пособие / сост. И. В. Ильичева. – Ульяновск : УлГТУ, 2010. – 229 с.



**Спасибо
за
внимание!**