

Postup při přihlašování se na seminární práci:

Vyberte si ze zadaných témat 1 a obraťte se na svého vyučujícího s dotazem, zda je toto téma ještě volné ve Vaší seminární skupině (mail na vyučujícího: klarad@econ.muni.cz). Pokud přijde záporná odpověď, vyberte si jiné téma (vyučující Vám uvede, která jsou zatím volná) a postup zopakujte.

Samotná prezentace:

U každé práce je uvedeno datum, kdy bude muset být seminární práce prezentována. Toto datum nelze posunout.

Zadanou seminární práci budete muset prezentovat na semináři, kde jste zapsaní. Práci nelze vypracovávat ve skupině, tj. jedná se o individuální práci.

Seminární práce má ústní podobu, tj. písemné podklady k prezentaci není potřebné vyučujícímu zasílat. **Nedodržení termínu prezentace bez řádné omluvy je považováno za nesplnění předpokladů připuštění ke zkoušce.**

Vaším úkolem je na základě zadání rozpracovat komunikační, kreativní a mediální strategii vybraného produktu. Níže uvedený text psaný kurzívou stručně shrnuje, co je obsahem jednotlivých typů strategií. Uvedený rozsah je pouze ilustrativní, abyste měli představu, jak by měla být seminární práce dlouhá, kdybyste jí převedli do psané formy.

KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE - max. 37 řádků

Uveďte přehled nástrojů komunikačního mixu (reklama, podpora prodeje, PR, přímý marketing, ...), které použijete v kampani. Popište význam jednotlivých prvků a důvod jejich použití vzhledem k cílové skupině. Uveďte v % rozdělení finančních prostředků na jednotlivé nástroje.

KREATIVNÍ STRATEGIE - max. 25 řádků

Popište strategii, na níž založíte kampaň. Jaké je poselství, které chcete komunikovat cílové skupině? Proč a na základě čeho jste si vybrali toto sdělení.

MEDIÁLNÍ STRATEGIE - max. 37 řádků

Popište důvody výběru médií (např. televize, tisk, rádio, outdoor). Jaké jsou proporce mediálního mixu a proč?

Vyučující bude přihlížet ke kvalitě prezentované práce v případě nerozhodného výsledku v závěrečném testu.

Průběh prezentace:

V průběhu 1 semináře bude 1 téma odprezentováno 2x-3x a pak se budeme bavit o navrhovaných řešeních a dále problém rozebírat.