

Podmínky a informace k vypracování seminární práce:

U každého tématu seminární práce je uvedeno datum, kdy bude muset být toto téma prezentováno (dle jednotlivých seminářů). Toto datum nelze posunout. Upřesnění, zda se bude jednat o teamovou práci nebo práci jednotlivce, Vám upřesní vyučující na příslušném semináři či jinak – liší se podle jednotlivých seminářů.

Zadaná seminární práce se musí prezentovat na příslušném semináři. U prezentace nemusí být přítomni všichni členové teamu, prezentující však musí potvrdit, že se chybějící člen teamu na práci podílel. Pokud se tak nestane, nebudou chybějícímu členovi přiděleny body za splnění práce a nebude připuštěn ke zkoušce.

Seminární práce má ústní podobu s podporou prezentace v MS PowerPointu. K této prezentaci musí být ovšem také vyhotoven komentář k jednotlivým slidům prezentace v MS Wordu. Oba 2 dokumenty musí být odevzdány do Odevzdávárny na ISu dle níže uvedeného harmonogramu.

Harmonogram:

Zadání č. 1 – Podpora specializovaných seminářů

Prezentace: 3.11.2009 **Odevzdání do Odevzdávárny:** do 31.10.2009 do 21:00

Prezentace: 4.11.2009 **Odevzdání do Odevzdávárny:** do 01.11.2009 do 21:00

Zadání č. 2 – Komunikace s absolventy ESF MU

Prezentace: 10.11.2009 **Odevzdání do Odevzdávárny:** do 07.11.2009 do 21:00

Prezentace: 11.11.2009 **Odevzdání do Odevzdávárny:** do 08.11.2009 do 21:00

Zadání č. 3 – Komunikace s absolventy MU

Prezentace: 18.11.2009 **Odevzdání do Odevzdávárny:** do 15.11.2009 do 21:00

Zadání č. 4 – Zviditelnění vybraných značek vůní

Prezentace: 24.11.2009 **Odevzdání do Odevzdávárny:** do 21.11.2009 do 21:00

Prezentace: 25.11.2009 **Odevzdání do Odevzdávárny:** do 22.11.2009 do 21:00

Zadání č. 5 – Podpora nového internetového portálu tlumoceni-preklady.com

Prezentace: 01.12.2009 **Odevzdání do Odevzdávárny:** do 28.11.2009 do 21:00

Prezentace: 02.12.2009 **Odevzdání do Odevzdávárny:** do 29.11.2009 do 21:00

Zadání č. 6 – Kampaň pro získávání zahraničních studentů do dlouhodobých studijních programů Masarykovy univerzity

Prezentace: 08.12.2009 **Odevzdání do Odevzdávárny:** do 05.12.2009 do 21:00

Prezentace: 02.12.2009 **Odevzdání do Odevzdávárny:** do 06.12.2009 do 21:00

Nedodržení termínu odevzdání dokumentů do Odevzdávárny a prezentace bez řádné omluvy je považováno za nesplnění předpokladů připuštění ke zkoušce.

Vaším úkolem je na základě zadání rozpracovat kreativní, komunikační a mediální strategii vybraného produktu, podniku. 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 ji převedli do psané formy.

Těmto strategiím však musí předcházet analýza prostředí. Prezentace nesmí být delší než 15 minut, pokud dojde k překročení, bude probíhající prezentace vyučujícím ukončena.

KREATIVNÍ STRATEGIE - max. 25 řádků

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

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 z hlediska finančních nároků.

MEDIÁLNÍ STRATEGIE - max. 37 řádků

Pokud budete využívat masmédiá, je nutné vypracovat i tuto strategii. Pak tedy popište důvody výběru médií (např. televize, tisk, rádio, outdoor). Jaké jsou proporce mediálního mixu a proč?

Hodnocení:

Práce je bodována a získané body se následně připočítávají k výsledkům závěrečného testu (pouze ale při prvním pokusu). Přiděleny mohou být 0 až 3 body (hodnotí se – kvalita provedené analýzy prostředí, dodržení a naplnění předepsané struktury seminární práce, vyargumentování návrhů, logičnost prezentace, kreativita).