

Zadání po čtvrtém semináři

Pro splnění zadání odevzdejte prosím svoje úkoly k bodu A) do *Odevzdávárny* našeho kurzu nejpozději do 12:00 v úterý 27. dubna.

A. Vlastní komunikační strategie

Pokračujte v tvorbě své komunikační strategie (vč. větších i menších úprav dosavadního textu).

Dále podle kapitoly Lee, Kotler (2011) *Social Marketing_Segmenting, Evaluating, and Selecting Target*, kterou už jste četli, připravte ke své komunikační strategii „segmentaci“.

Tzn. identifikujte a popište všechny relevantní cílové skupiny, které by mohla potenciálně vaše komunikace oslovit. Vycházejte z výše uvedené kapitoly, co je důležité při identifikaci a popisu segmentů zvažovat. Popište společné znaky (společné jmenovatele), které jsou pro jednotlivé uvedené skupiny charakteristické. Téma si zřešeršujte, opírejte se maximálně o dostupná empirická data (průzkumy veřejného mínění, výzkumy), a všude, kde máte nějaký zdroj, ho uveďte. Zvažte, zdali byste dokázali – kromě jiného, viz poslaná kapitola – do popisu skupin nabídnout odpovědi na tyto otázky:

- Čím je oslovit?
- Co jim brání a pomáhá v chování?
- Co na ně dělá dojem?
- Co si o vás myslí?
- Jaké má o vás mínění?
- Čeho si na vás cení?
- Co od vás očekává?
- Co jim připadá vtipné?
- Co se jich dokáže dotknout?
- Co by je mohlo odradit?

Tuto novou pasáž přidejte prosím do své aktuální verze komunikační strategie a pošlete do *Odevzdávárny* našeho kurzu nejpozději do 12:00 v úterý 27. dubna.

B. Domácí „trénink“

Zkuste rozpoznat, zdali se uvedené plakáty a videa:

- přesvědčují přesvědčené („ghetto“, „svetr“)
- pracují s univerzálními prvky („klasika“)
- nebo je komunikace šitá na míru - komu?

Materiály najdete v IS ve složce *Učební materiály – Úkol 4*, pod názvem *Plakáty a videa na trénink*.

Posílat mi nemusíte nic, je to domácí příprava :)

C. Domácí četba

Nastudujte si prosím důkladně tento text (můžete si z něj udělat výpisky, poznamenat si své otázky). Stáhnout si ho můžete v IS ve složce *Učební materiály – Úkol 4*.