

Psychologie v marketingových komunikacích

FSS MU, zimní semestr 2009

Seminární práce – zadání

Psychologická analýza reklamní (komunikační) kampaně

Psychologická analýza image

- Studenti vytvoří týmy po 4 – 5 posluchačích
- Zpracují písemně zadání na cca 6 – 10 stranách a připraví prezentaci
- Kampaně k analýze pro jednotlivé týmy jsou zvoleny tak, aby obsahovaly emocionální i racionální apely, které budou předmětem analýzy
- Psychologická analýza image časopisu Marketing a komunikace ve srovnání v konkurenčním poli v jednotlivých dimenzích (určit konkurenční pole a odpovídající dimenze) a prohloubení charakteristik cílových skupin čtenářů jako podklad pro upřesnění komunikační strategie. Časopis je přiložen.

Struktura práce

- Představení, popis kampaně (na základě materiálů z internetu, dostupných reklamních materiálů apod.)
- Předpokládaná cílová skupina
- Analýza zvolených emocionálních i racionálních argumentů
- Působení jednotlivých argumentů i kampaně jako celku na pozornost (pozitivní i negativní faktory)
- Předpoklady pro zapamatování kampaně
- Motivační hodnota kampaně vzhledem k daným (předpokládaným) cílům

Termín prezentace seminárních prací sdělím v průběhu semestru.

Jitka Vysekalová