**Маркетингові комунікації**

Тема 1: Практичне заняття 1-2

Питання для обговорення:

1. Сутність маркетингових комунікацій (МК)
2. Роль і місце системи МК у комплексі маркетингу
3. Цілі МК
4. Концепції ATL, BTL та TTL.
5. Моделі МК
6. PESO-модель (фреймворк)
7. AMEC-методологія оцінювання МК
8. Практичні завдання

Практичні завдання:

Завдання 1

Які канали комунікації доречно використати для вирішення наступних задач. Готуючи відповідь використайте PESO-модель та AMEC-фреймворк для обґрунтування.

Кейс 1:

Відомий бренд косметики виходить на ринок з новою лінійкою кремів для догляду.

Кейс 2:

Велике підприємство регіону планує найняти велику кількість сезонних робітників.

Кейс 3:

Аутсорс IT компанія планує розширення і потребує нових співробітників.

Кейс 4:

Локальна кавʼярня шукає баристу.

Кейс 5:

Керівництво підприємства зацікавлене у покращенні репутації компанії серед співробітників.

Кейс 6:
Власник підприємства планує балотуватися в мери міста.

Кейс 7:
Новостворений крафтовий FMCG бренд виходить на ринок.

Кейс 8:
Мережа кавʼярень міста додає до асортименту нові кавові напої які готуються в альтернативний спосіб (наприклад V-60, pure-over)

Кейс 9:
У приватному дитячому садочку один зі співробітників грубо поводився з дитьми і батьки це виявили.

Кейс 10:

Фітнес-клуб відкрився у спальному районі, але мешканці ще не знають про нього.

Завдання 2

Навести приклади відомих успішних та провальних кейсів з різних сфер господарської діяльності.