

**КАЛЕНДАРЕН ПЛАН – ГРАФИК**

за провеждане на учебни занятия по дисциплината:

**Комуникационна политика**

специалности: **БМ и ИИТБ** редовно обучение

Курс: III

**Маркетинг и ПА** редовно обучение

Курс: IV

през **зимен** семестър на учебната

**2019-2020** г.

**I. Лекции**

№	Те	Часове	Седм.	Дата
1.	<b>СЪЩНОСТ И ЗНАЧЕНИЕ НА КОМУНИКАЦИОННАТА ПОЛИТИКА.</b> Място на комуникациите в маркетинг-микса на организацията. Интегрирани комуникации. Функции на маркетинг комуникациите. Комуникационен микс.	2	I	16.09.2019
2.	Почивен ден по повод Независимостта на България	0	II	23.09.2019
3.	<b>УЧАСТНИЦИ В КОМУНИКАЦИОННИЯ ПРОЦЕС.</b> Комуникационен четириъгълник. Рекламодатели, адресати, медии, агенции. <b>АНАЛИЗ НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПРОЦЕС.</b> Анализ на съобщението, получателя, източника и каналите за комуникация.	2	III	30.09.2019
4.	<b>ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕЛИТЕ И БЮДЖЕТА НА КОМУНИКАЦИОННАТА ПОЛИТИКА НА ОРГАНИЗАЦИЯТА.</b> Цели на организационните комуникации. Методи за определяне на бюджета. Разпределяне на средствата за комуникации на организацията.	2	IV	07.10.2019
5.	<b>РЕКЛАМА.</b> Разработване на план за рекламна кампания. Творческа стратегия.	2	V	14.10.2019
6.	<b>СЪСТАВЯНЕ НА РЕКЛАМНО СЪОБЩЕНИЕ.</b> Творческа тактика за разработване на съобщение за печатна реклама; в електронноизлъчвателна медия.	2	VI	21.10.2019
7.	<b>МЕДИА ПЛАНИРАНЕ.</b> Рекламни канали, рекламни носители, рекламни средства. Същност на медия планирането. Разработване на медия план. Оценка и прилагане.	2	VII	28.10.2019
8.	<b>ПЕЧАТНА РЕКЛАМА.</b> Рекламирање във вестници и списания. Каталози и други печатни рекламни издания.	2	VIII	04.11.2019
9.	<b>РЕКЛАМА ПО ЕЛЕКТРОННОИЗЛЪЧВАТЕЛНИТЕ МЕДИИ.</b> Особениности на електронно-излъчвателните медии. Телевизионна реклама. Радиореклама.	2	IX	11.11.2019
10.	<b>ИНТЕРНЕТ РЕКЛАМА.</b> Създаване, дизайн и програмиране на целева страница. CPC и CPR реклама.	2	X	18.11.2019

11.	<b>МЕДИА ПЛАНИРАНЕ И КУПУВАНЕ.</b> Изготвяне на он-лайн стратегия. Афилиейт маркетинг. SEO.	2	XI	25.11.2019
12.	<b>ОЦЕНКА НА ЕФЕКТИВНОСТТА НА ПРОГРАМИТЕ ЗА ИНТЕГРИРАНИ КОМУНИКАЦИИ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА</b>	2	XII	02.12.2019
13.	<b>ПРАКТИКУМ</b> по прилагане на комуникационните средства на организацията	2	XIII	09.12.2019
14.	<b>Представяне на екипни работи</b>	2	XIV	16.12.2019

Дата: 26.09.2019

Съставил:

Титуляр на дисциплината:

(проф. д-р Д. Антонова)

Утвърдил,

Р-л катедра "МБР":

(доц. д-р М. Кирова)

## II. Упражнения

№	Тема	Часове	Седмица	Дата
1.	Място на маркетинговите комуникации в маркетинг-микса. Интегрирани маркетингови комуникации на фирмата. Функции.	2	I	17.09 – БМ 17.09 – Марк. 19.09 – ИИТБ 19.09 - ПА
2.	Комуникационен микс. Фактори за избор на комуникационен микс. Рекламни константи	2	II	24.09 – БМ 24.09 – Марк. 26.09 – ИИТБ 26.09 - ПА
3.	Участници в процеса на осъществяване на комуникационна политика. Четириъгълник на маркетинговото стимулиране. Анализ на комуникационния процес. Казус „ДЗП“	2	III	01.10 – БМ 01.10 – Марк. 03.10 – ИИТБ 03.10 - ПА
4.	Комуникационен и рекламен бюджет Елементи на рекламен план.	2	IV	08.10 – БМ 08.10 – Марк. 10.10 – ИИТБ 10.10 - ПА
5.	Реклама. Видове реклама. Рекламни цели. Казус „Бенетон“.	2	V	15.10 – БМ 15.10 – Марк. 17.10 – ИИТБ 17.10 – ПА

6.	Разработване на рекламно съобщение. Творческа тактика в печатната реклама, в електронно-излъчвателните медии, по Internet.	2	VI	22.10 – БМ 22.10 – Марк. 24.10 – ИИТБ 24.10 - ПА
7.	Рекламни медии с помощни функции. Контролна работа 1	1 1	VII	29.10 – БМ 29.10 – Марк. 31.10 – ИИТБ 31.10 - ПА
8.	Медиа планиране. Разработване на медиа план.	2	VIII	05.11 – БМ 05.11 – Марк. 07.11 – ИИТБ 07.11 - ПА
9.	Директен маркетинг. Персонални продажби. Връзки с обществеността	2	IX	14.11 – ИИТБ 14.11 - ПА
10.	Насърчаване на продажбите към крайни потребители. Насърчаване на продажбите към търговските посредници. Казус „Търговски изложения“	2	X	19.11 – БМ 19.11 – Марк. 21.11 – ИИТБ 21.11 - ПА
11.	Интернет реклама – оценка на възможностите и ограниченията. Разяснения и работа по екипните курсови задачи	1 1	XI	26.11 – БМ 26.11 – Марк. 28.11 – ИИТБ 28.11 - ПА
12.	Оценка на ефективността на комуникационната програма/ рекламното послание и др. Методи и приложение.	2	XII	03.12 – БМ 03.12 – Марк. 05.12 – ИИТБ 05.12 - ПА
13.	Контролна работа 2 Предаване и приемане на курсовите задачи	1 1	XIII	10.12 – БМ 10.12 – Марк. 12.12 – ИИТБ 12.12 - ПА
14.	Защита на курсови задачи.	2	XIV	17.12 – БМ 17.12 – Марк. 19.12 – ИИТБ 19.12 - ПА

Дата: 26.09.2019

Съставил:

Асистент:

(гл. ас. д-р М. Тодорова)

Утвърдил,

Р-л катедра “МБР:

(доц. д-р М. Кирова)