

# METODY I TECHNIKI REKLAMY

**Prowadzący:** dr Maciej Dutko ([maciej.dutko@dutko.pl](mailto:maciej.dutko@dutko.pl); informacje o prowadzącym: [dutko.pl](http://dutko.pl))

**Forma i wymiar zajęć:** wykład + ćwiczenia (15 godz.)

**Cel zajęć:** przedstawienie praktycznej wiedzy związanej z planowaniem i prowadzeniem kampanii reklamowych w firmie w zależności od uwarunkowań rynkowych i otoczenia biznesowego (konkurencja). Zapoznanie z najważniejszymi pojęciami, narzędziami i technikami promocji i reklamy.

## Wybrane zagadnienia:

- reklama, promocja, marketing – uporządkowanie pojęć,
- miejsce reklamy w marketingu „mix” wg różnych koncepcji,
- *feedback* konsumencki i marketing społecznościowy,
- domena internetowa jako narzędzie marketingu,
- copywriting,
- elementy NLP w reklamie,
- budowanie kampanii reklamowej na przykładzie Google AdSense,
- badanie efektywności kampanii reklamowej.

**Forma zajęć:** wykład połączony z prezentacją multimedialną, ćwiczenia i praca własna studentów, studia przypadków i dyskusje.

## Nieobecności:

- dozwolone 1 opuszczone zajęcia,
- każde kolejne 2 godz. = obniżenie oceny końcowej o 1 stopień lub zaliczenie opuszczonych tematów.

**Zaliczenie:** w ramach zaliczenia Studenci prezentują przygotowaną przez siebie reklamę. Kryteria:

- zasada główna: tak zareklamować produkt, aby go sprzedać,
- czas prezentacji: maks. 2 minuty,
- dwie osoby w grupie,
- forma i przedmiot reklamy: dowolne.

Ocena końcowa będzie wypadkową trzech składników:

- oceny za zadanie zaliczeniowe,
- ewentualnych ponadlimitowych nieobecności,
- aktywności na zajęciach.

Termin zaliczeń (**NIEPRZEKRACZALNY**):

- **Kłódzko: 3 grudnia 2011**

**UWAGA!** Niezaliczenie zajęć w terminie oznacza ocenę niedostateczną i konieczność udziału w sesji poprawkowej. W ramach poprawki Student:

- przygotowuje i przedstawi ww. zadanie zaliczeniowe,
- przystąpi do kolokwium ustnego, sprawdzającego **całościową wiedzę z wykładów**.

## Literatura i źródła:

- Dutko M.: *Copywriting internetowy*. Wyd. PWN, Warszawa 2010
- Dutko M.: *E-biznes po godzinach*. Wyd. Helion, Gliwice 2011
- Dutko M.: *E-biznes. Poradnik praktyka*. Wyd. Helion, Gliwice 2010
- *Marketing w praktyce* (bieżące numery, artykuły dot. e-commerce)
- dowolne inne publikacje z zakresu szeroko rozumianego marketingu