**Практичне заняття 6. Маркетингові дослідження в сучасних підходах маркетингових комунікацій.**

**Мета.** Вивчити основні напрямки, цілі і задачі маркетингових досліджень в області маркетингових комунікацій..

**Набування студентами компетенцій**: **СК7.** Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб’єктів.

**Забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам: ПРН.11.** Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб’єкта.

*План практичного заняття*

1.Цілі, задачі та основні напрямки маркетингових досліджень в області маркетингових комунікацій.

2. Процес маркетингових досліджень в галузі маркетингових комунікацій.

3. Методи дослідження ефективності маркетингової комунікації.

4. Поняття «цінності» різних носіїв реклами.

*Ситуаційне завдання*

Підготовка інформації для проведення рекламної кампанії.

Фірма-виробник автомобілів (або велосипедів, пилососів, швацьких машинок, побутових холодильників) звернулася в рекламне агентство із замовленням на проведення рекламної кампанії на зарубіжному ринку (Східна і Західна Європа, США, Північна Африка).

З метою отримати інформацію, необхідну для організації ефективної рекламної кампанії, рекламне агентство проводить опитування фірми за допомогою опитувального листа.