

# Turinys

## Įvadas 5

I tema. Rėmimas ir integruota marketingo komunikacija .....	6
Marketingo komunikacijos ir rėmimo sampratos .....	6
Marketingo komunikacija – rėmimo kompleksas .....	7
Integruotos marketingo komunikacijos samprata .....	11
Marketingo komunikacijos procesas .....	14
Ketrios didžiosios tendencijos ir integruota .....	22
Marketingo komunikacija .....	22
Integruotos marketingo komunikacijos evoliucija .....	24
II tema. Integruotos marketingo komunikacijos plano sudarymas .....	28
Integruotos marketingo komunikacijos .....	28
Planavimo procesas .....	28
Integruotos marketingo komunikacijos planavimas .....	30
1 etapas. Situacijos (aplinkos) analizė ir tikslinės auditorijos identifikavimas (segmentavimas) .....	31
2 etapas. Komunikacijos tikslų nustatymas. Pirkėjo pasiruošimo stadijos .....	39
3 etapas. Kūrybinė strategija .....	43
Kokias perdavimo priemonės naudoti? .....	44
Kas pateiks žinutę? .....	46
4 etapas. Komunikacijos biudžeto sudarymas .....	48
5 etapas. Komunikacijos komplekso sudarymas .....	52
6 etapas. Imk kampanijos įvertinimas .....	56
III tema. Reklama .....	60
Reklamos samprata .....	60
Reklamos tikslai (funkcijos) .....	63
Reklamos tipai (objektai) .....	65
Pozicionavimas .....	66
Reklaminė kampanija ir jos planavimas .....	67
1 etapas. Tikslinės auditorijos-identifikavimas .....	69
2 etapas. Reklamos kampanijos tikslų nustatymas .....	70
3 etapas. Reklamos kampanijos biudžeto nustatymas .....	74
4 etapas. Reklaminės žinutės (pranešimo) kūrimas.	
Kūrybinė strategija .....	75
5 etapas. Reklamos priemonių (nešiklių) parinkimas .....	82

6 etapas. Reklaminės kampanijos vykdymas ir efektyvumo įvertinimas .....	92
Reklamos agentūros .....	97
IV tema. Asmeninis pardavimas .....	99
Asmeninio pardavimo samprata .....	99
Asmeninio pardavimo funkcijos .....	100
Asmeninio pardavimo privalumai ir trūkumai .....	101
Asmeninio pardavimo uždaviniai .....	103
Asmeninio pardavimo procesas .....	104
Pardavimų valdymas .....	106
V tema. Pardavimų skatinimas .....	111
Pardavimų skatinimo samprata .....	111
Pardavimų skatinimo veiklos planavimas .....	113
VI tema. Ryšiai su visuomene .....	118
Ryšių su visuomene samprata .....	119
Ryšių su visuomene funkcijos, uždaviniai ir tikslai .....	120
Ryšių su visuomene procesas .....	124
Populiarinimas .....	125
Krizės .....	130
Literatūra .....	132