

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТА КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студент гр. 313818 Дмитриев В.С.

Ст. преп. Третьякова Е.С.СС

Белорусский национальный технический университет

На современном этапе развития рыночной экономики, обеспечение стабильной работы предприятий по выпуску конкурентоспособной продукции является задачей первостепенной важности. Однако важно не только произвести, но и реализовать продукцию, а также обеспечить послепродажный сервис. Эффективные коммуникации с потребителями стали ключевыми факторами успеха любой организации. Коммуникационная политика в системе маркетинга - это действия предприятия, направленные на планирование и осуществление взаимодействия фирмы со всеми субъектами маркетинговой системы на основе использования комплекса средств коммуникаций, обеспечивающих стабильное и эффективное формирование спроса и продвижения предложения товаров и услуг на рынки с целью удовлетворения потребностей покупателей и получения прибыли. Коммуникационная политика предприятия представляет собой специфическое сочетание средств рекламы, личной продажи, стимулирование сбыта и связей с общественностью. Все эти инструменты компании используют для достижения рекламных и маркетинговых целей.

Особенно актуальны задачи информационно-рекламной деятельности для предприятий в области приборостроения, ведь для того чтобы не затеряться на рынке в условиях жесткой конкуренции главным маркетинговым инструментом является именно качественно созданная рекламная кампания. В современных условиях необходима детальная проработка организации рекламной деятельности на предприятии, с целью достижения наиболее эффективной работы маркетинговых подразделений и увеличения сбыта продукции. Для совершенствования информационно - рекламной деятельности могут стать мероприятия такие как: информирование о продукции предприятия, ее свойствах, цене, месте приобретения; формирование образа предприятия; поддержание осведомленности о продукции, и о предприятии; формирование предпочтения к марке этого предприятия; удержание товара в памяти потребителей.