**ΤΡΑΠΕΖΑ ΘΕΜΑΤΩΝ 9.5**

**17702**

**ΘΕΜΑ 4Ο**

**α)** Το γραφείο Επικοινωνίας Μάρκετινγκ είναι υπεύθυνο για την κατάρτιση του προϋπολογισμού όλων των δραστηριοτήτων που θα εκπληρώσουν τους στόχους της προώθησης.

Βασικό στοιχείο του προϋπολογισμού είναι οι συνολικές δαπάνες προώθησης.

Ποιες ενέργειες πρέπει να γίνουν σχετικά με την κατανομή των δαπανών;

**Β)** Αντίστοιχα ποιες ενέργειες πρέπει να γίνουν σχετικά με τη διάθεση των διαφόρων ποσών γιά την προώθηση της επιχείρησης, των προϊόντων ή / και των υπηρεσιών της ;

α) Οι συνολικές δαπάνες προώθησης της επιχείρησης, των προϊόντων ή / και των υπηρεσιών της, αφού εγκριθούν, πρέπει να κατανεμηθούν αναλογικά στα μέσα επικοινωνίας που θα χρησιμοποιηθούν. Ταυτόχρονα, πρέπει να καθορισθούν οι δαπάνες για κάθε κατηγορία προϊόντων ή για κάθε άλλη δραστηριότητα ξεχωριστά (προώθηση πωλήσεων, δημόσιες σχέσεις-δημοσιότητα, υποστήριξη των προσωπικών πωλήσεων κτλ.). Στη συνέχεια, ακολουθεί η κατανομή δαπανών κατά δραστηριότητα και μέσο επικοινωνίας σε ετήσια και μηνιαία βάση για ευκολότερο έλεγχο, σύμφωνα με τον προγραμματισμό δραστηριοτήτων της προώθησης.

β) Ειδικότερα, πρέπει να εκτιμηθεί τι ποσό και πότε θα διατεθεί στα μέσα επικοινωνίας (τηλεόραση, ραδιόφωνο, περιοδικά, εφημερίδες). Τι ποσό θα δαπανηθεί για κινηματογραφική διαφήμιση, για υπαίθρια διαφήμιση (αφίσες στα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς, επιγραφές, τοιχογραφίες κτλ.). Πόσα χρήματα θα διατεθούν για την ταχυδρομική επικοινωνία, πόσα για διαφημιστικά έντυπα ή τα προγράμματα προώθησης πωλήσεων ( διαφημιστικά δώρα, εκθέσεις, εκδηλώσεις, προσφορές κτλ.). Ενώ πάντα πρέπει να προβλέπεται ποσό για τις αμοιβές των ανεξάρτητων συνεργατών ( γραφιστών, φωτογράφων, κειμενογράφων, μοντέλων κτλ.). Στις περισσότερες περιπτώσεις το γραφείο Επικοινωνίας Μάρκετινγκ είναι επίσης υπεύθυνο για τον προϋπολογισμό των δραστηριοτήτων δημόσιων σχέσεων της επιχείρησης.