

MARKETING FINANČNÍCH SLUŽEB

A. INFORMACE K SEMINÁŘŮM

- Min. 50% účast na seminářích.
- Nahlášení tématu SP a týmu na prvním (druhém) semináři.
- Presentace SP ve stanoveném termínu (prezentují všichni členové týmu).
- Presentace SP se vkládají do IS (složka „odevzdávací“).
- U prezentací bude probíhat v IS kontrola plagiátorství!

HODNOCENÍ PREZENTACE

Jednotnost zvoleného téma s prezentovaným obsahem	5 bodů
Míra kreativity vytvořeného řešení	5 bodů
Kooperace v týmu, interakce s publikem	
Grafika prezentace, celkový dojem	
CELKEM	10 bodů

B. SEMINÁRNÍ PRÁCE: VYTVOŘENÍ KAMPANĚ PRO KONKRÉTNÍ FINANČNÍ INSTITUCI¹

FORMÁLNÍ NÁLEŽITOSTI

- Možnost využití šablony, která je k dispozici ke stažení v IS.
- Vkládejte dle libosti obrázky, text, videa, webové odkazy apod.
- Zkuste vytvořit zajímavý formát (design) prezentace dle Vaší problematiky.
- Samotná prezentace by měla mít formu představení 2 konkrétních konceptů kampaně pro finanční instituci.
- Zapojte publikum, pokládejte otázky, ptejte se na názor.
- Časový limit prezentace cca 20 minut.
- Prezentují všichni členové týmu v předem stanoveném termínu na semináři.

STRUKTURA PREZENTACE PROJEKTU

1. Představení banky – stávající komunikace, positioning, slogan, hodnoty, mise, vize.
2. Konkretizace problému.
3. Formulace hlavní myšlenky kampaně + USP².
4. Cílové skupiny.
5. Komunikační kanály.
6. Scénáře.

¹ Téma je vypracováno ve skupinkách dle obsazenosti daného semináře a instrukcí vyučujícího.

² USP = Unique selling proposition (jedinečný prodejní argument).