

Perencanaan Program Komunikasi Pemasaran Terpadu Hemorogard 2012 = Planning an Integrated Marketing Communications Program Hemorogard 2012

Anita Triani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20306315&lokasi=lokal>

Abstrak

Tugas Karya Akhir ini membahas mengenai perencanaan program komunikasi pemasaran terpadu Hemorogard 2012 . Pada Program ini terdapat beberapa masalah dalam mencapai rencana pemasaran diantaranya brand awareness di mata masyarakat sangat rendah bahkan belum ada mengenai produk Hemorogard.

Untuk menyelesaikan permasalahan ini, Penulis menggunakan sebuah program yaitu strategi Intergrated Marketing Communication (IMC) dengan memadukan beberapa elemen promosi seperti : Periklanan, Hubungan Masyarakat, Event, dan lainnya. Rencana program ini mulai berjalan dari Januari-Juni 2012 dengan biaya anggaran sebesar Rp 4,538,328,734.

.....Final paper discusses the task of Planning an Integrated Marketing Communications Program Hemorogard 2012. In this program there are several problems in achieving the marketing plan including brand awareness in the public is very low even yet exist regarding Hemorogard products.

To resolve this problem, the author uses a program that is strategy of Integrated Marketing Communications (IMC) by combining several promotional elements such as : Advertising, Public Relations, Event and others. The program starts running from January to June 2012 at budget cost Rp 4,538,328,734.