

Контрольные вопросы

1. История развития рекламы
2. Цели и задачи рекламы
3. Функции рекламы
4. Требования к рекламе и ее виды
5. Понятие и субъекты рекламной деятельности
6. Общие и специальные требования, предъявляемые к рекламе
7. Понятие и виды ненадлежащей рекламы
8. Государственный контроль и саморегулирование в области рекламы
9. Основные организационные функции и субъекты рекламной деятельности
10. Выбор рекламного агентства
11. Основные функции рекламодателя и рекламного агентства
12. Понятие фирменного стиля предприятия.
13. Товарный знак –главный элемент фирменного стиля. Применение товарного знака в рекламе.
14. Рекламный слоган.
15. Брендинг, как технология фирменности продукции.
16. План рекламной кампании как элемент маркетинга.
17. Выбор рекламной стратегии.
18. Организация и планирование рекламной кампании.
19. Основные этапы проведения рекламной кампании.
20. Методы определения эффективности рекламной кампании.
21. Медиа–планирование – основа достижения максимальной эффективности рекламной кампании.
22. Классификация видов и средств торговой рекламы
23. Характеристика основных средств распространения рекламы. Преимущества и недостатки(реклама в прессе, печатная (полиграфическая) реклама, экранная реклама, реклама на радио, прямая почтовая реклама, наружная реклама и другие средства рекламы).

24. ИМКМП
25. Элементы оформления магазина.
26. Витрины как средство рекламы, их виды, классификация и требования к ним
27. Коммуникативная эффективность рекламы
28. Экономическая эффективность рекламы