

Питання на екзамен

1. Поняття маркетингових комунікацій.
2. Схема маркетингових комунікацій, її головні елементи.
3. Еволюція маркетингових комунікацій.
4. Концепція інтегрованих маркетингових комунікацій.
5. Визначення реклами та її функції.
6. Критерії класифікації реклами.
7. Структура рекламного агентства.
8. Психологічні аспекти реклами.
9. Дизайн рекламного звернення.
10. Структура рекламного звернення.
11. Кольорова гама у рекламному зверненні.
12. Креативне оформлення тексту в рекламному зверненні.
13. Планування та організація рекламної кампанії. Планування рекламного бюджету.
14. Медіа-планування та його основні показники.
15. Оцінка ефективності реклами.
16. Сутність публік рилейшнз (PR).
17. Заходи публік рилейшнз в ЗЕД.
18. Класифікація друкованих PR-матеріалів.
19. Поняття стимулювання збуту.
20. Інструменти стимулювання збуту в ЗЕД.
21. Ярмарки і виставки: поняття, сутність, класифікація.
22. Цілі участі підприємств у міжнародних ярмарках та виставках.
23. Оцінка ефективності виставкової діяльності підприємства.
24. Сутність мерчандайзингу та його цілі.
25. Технології та прийоми мерчандайзингу.
26. Використання POS- матеріалів в місцях продажу.
27. Поняття та завдання прямого маркетингу
28. Форми прямого маркетингу.
29. Роль телефон-маркетингу та Інтернет-маркетингу у формуванні лояльності клієнтів