Теоретичні питання:

1. Процес маркетингових комунікацій.
2. Види маркетингових комунікацій: переваги і недоліки.
3. Сучасні маркетингові комунікації.
4. Значення реклами в маркетингу.
5. Цілі і види реклами.
6. Канали поширення реклами.
7. Стимулювання збуту: суть, цілі, характеристика.
8. Еволюція поняття PR та його особливості.
9. Типи та інструменти PR.
10. Персональні продажі у комунікативному процесі.
11. Процес персональних продажів.
12. Основні форми прямого маркетингу.
13. Процес розробки програми прямого маркетингу.