

РЕКЛАМА І СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ



Викладач вибіркового освітнього компонента

Березівська Надія Стефанівна,

викладач-методист, спеціаліст вищої кваліфікаційної категорії

Метою вибіркового освітнього компонента

«Реклама і стимулювання збуту» є:

- ознайомлення зі стимулюванням збуту та рекламою в їх сукупності;
- визначення видів реклами та стимулювання збуту;
- визначення механізмів їх впливу;
- вивчення методів оцінки їх ефективності.



Основні завдання викладання освітнього компонента:

- дослідження сутності процесів по просуванню продукції на ринку;
- засвоєння здобувачами освіти знань з розроблення та реалізації рекламної кампанії;
- визначення особливостей застосування реклами та стимулювання збуту для різних груп товарів;
- ознайомлення з практичними аспектами оцінки ефективності заходів з реклами та стимулювання збуту.



Зміст вибіркового освітнього компонента

Тема 1. Реклама в системі маркетингових комунікацій підприємства

Тема 2. Регулювання рекламної діяльності

Тема 3. Основні класифікаційні ознаки реклами.

Тема 4. Канали рекламної комунікації та засоби реклами

Тема 5. Некомерційна реклама

Тема 6. Розробка рекламного звернення

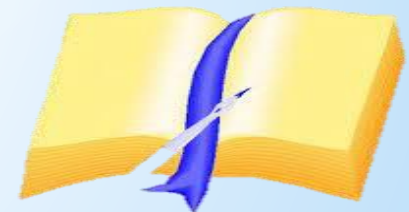
Тема 7. Стимулювання збуту товарів та послуг в маркетингу

Тема 8. Планування рекламної діяльності

Тема 9. Організація рекламної діяльності на підприємстві

Тема 10. Контроль рекламної діяльності

Тема 11. Методи визначення ефективності рекламної діяльності



Компетентності

В результаті вивчення освітнього компонента здобувач повинен знати:

- визначення видів реклами і стимулювання збуту;
- визначення механізмів їх впливу;
- основи організації рекламної діяльності і стимулювання збуту в маркетинговій діяльності;
- види засобів реклами, їх характеристику, способи виготовлення, розміщення, ефективність використання;
- методи оцінки їх визначення.



Компетентності

**В результаті вивчення
освітнього компонента здобувач
повинен вміти:**

- здійснювати рекламну діяльність відповідно до вимог чинного законодавства України;
- досліджувати сутності процесів по просуванню продукції на ринку;
- застосовувати рекламні засоби;
- визначати особливості застосування реклами і стимулювання продажу для різних груп товарів;
- визначати економічну і психологічну ефективність від застосування рекламних засобів.



Запрошуємо приєднатися до вивчення освітнього компонента

«Реклама і стимулювання
збуту»

