

# РЕКЛАМА І СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ



VI семестр

Викладач: Березівська Надія Стефанівна,  
викладач-методист, спеціаліст вищої кваліфікаційної  
категорії

# Метою вивчення освітнього компонента

«Реклама і стимулювання продажу» 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 студентами 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 освітнього компонента

Тема 1. Еволюція рекламної діяльності у світі і в Україні

Тема 2. Законодавче регулювання діяльності зі стимулювання збуту і реклами

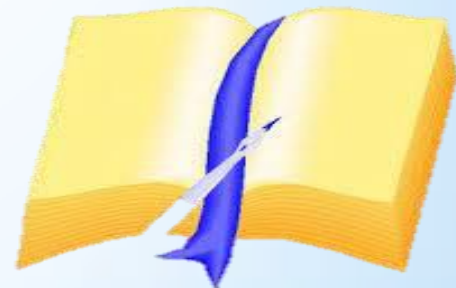
Тема 3. Класифікація реклами

Тема 4. Особливості розвитку ринку медіа-реклами в Україні

Тема 5. Стимулювання збуту: визначення, типологія, стратегії

Тема 6. Організація рекламної справи на підприємстві

Тема 7. Методи оцінки ефективності реклами та заходів зі стимулювання збуту продукції



# Компетентності

**В результаті вивчення освітнього компонента здобувач освіти повинен знати:**

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



# Компетентності

**В результаті вивчення освітнього компонента здобувач освіти 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 продажу»

