**Самостійна робота**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №з/п | Питання, що виноситься на самостійне вивчення | Кількістьгодин |
|  | Еволюція концепцій розвитку реклами. | 2 |
| 2. | Традиційний та сучасний підходи до сприйняття комплексу рекламної діяльності. Контрольоване та неконтрольоване маркетингове оточення підприємства.  | 2 |
| 3. | Алгоритм маркетингового дослідження. | 2 |
| 4. | Прийняття рішення про купівлю товару та товару-новинки. Методика визначення місткості, насиченості ринку та частки фірми н ньому. | 2 |
| 5. | Зміст та заходи стимулювання збуту. | 2 |
| 6. | Реклама, її суспільна свідомість. | 2 |
| 7. | Правове регулювання та контроль рекламної діяльності в країнах Європейського Союзу. | 2 |
| 8. | Маркетингова діяльність підприємств України. | 2 |
| 9. | Планування рекламної компанії на підприємстві. | 2 |
| 10. | Рішення фірми відносно СМК. | 2 |
| 11. | Збутова логістика.  | 2 |
| 12. | Оцінювання ефективності рекламних заходів. | 2 |
| 13. | Рекламна компанія та шляхи її проведення. | 2 |
| 14. | Контроль рекламної компанії. | 2 |
| 15 | Поняття соціальної ефективності реклами. | 2 |
|  | **Всього:** | **30** |