**Індивідуальні завдання з дисципліни**

 **«Реклама та стимулювання продажу»**

Індивідуальне завдання виконується в межах годин, відведених для самостійної роботи студента і передбачає:

*І. Опрацювання літератури за темою та підготовка звіту*, що має такий зміст і структуру:

Вступ

1. Розкриття теоретико-економічних аспектів проблеми.
2. Аналіз фактичних та статистичних даних.

 Висновки

 Список використаної літератури та інформаційних джерел

*Обсяг ІНДЗ – 5-6 сторінок формату А-4.*

***Теми індивідуальних завдань***

Теми рефератів:

1. Значення маркетингової діяльності в підприємницькій діяльності.
2. Еволюція концепцій маркетингу.
3. Організація та проведення рекламної діяльності.
4. Маркетингова інформаційна система і комплексне дослідження ринку.
5. Концепція життєвого циклу товару.
6. Вибір виду реклами залежно від етапів життєвого циклу товару.
7. Аналіз маркетингового зовнішнього середовища підприємства.
8. Прогнозування попиту на підприємстві.
9. Організаційні структури маркетингу.
10. Формування маркетингової товарної політики фірми.
11. Маркетингові стратегії ціноутворення.
12. Попит і види маркетингу залежно від виду попиту.
13. Формування маркетингової цінової політики фірми.
14. Організація комунікативних процесів у системі маркетингу.
15. Види реклами та її ефективність.
16. Маркетингова діяльність в мережі Інтернет.
17. Поняття “товарна марка”, просування товарної марки.
18. Рекламна кампанія та особливості її проведення.
19. Вибір каналів поширення реклами.
20. Вертикальні маркетингові системи та особливості їх формування.
21. Аналіз конкурентоспроможності товару.
22. Характерні риси послуги, маркетинг послуг.
23. Основні принципи, види, типи і форми рекламної діяльності.
24. Роль паблік рилейшнз (пропаганди) у просуванні товару.
25. Основні засоби маркетингових комунікацій.
26. Види стимулювання збуту.