**Самостійна робота з дисципліни «Комунікаційна діяльність»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №з/п | Питання, що виноситься на самостійне вивчення | Кількістьгодин |
|  | Інтегровані маркетингові комунікації | 2 |
|  | Еволюція маркетингових комунікацій | 2 |
|  | Планування та розробка бюджету маркетингових комунікацій | 2 |
|  |  Етапи життєвого циклу товару | 2 |
|  | Значення сегментації в ринковій економіці. Стратегій охоплення ринку. | 2 |
|  | Галузеві інформаційні системи | 2 |
|  | Стратегія конкурентної боротьби | 2 |
| 8 | Засоби рекламного інформування | 2 |
| 9 | Ефективна модель персонального продажу | 2 |
| 10 | Етапи участі підприємства у виставках та ярмарках | 2 |
| 11 | Принципи оформлення вітрин. | 2 |
| 12 | Штрихове кодування інформації | 2 |
| 13 | Психологічна ефективність реклами | 2 |
| 14 | Організація PR-діяльності | 2 |
| 15 | Суспільна думка та етичні питання прямого маркетингу | 2 |
| 16 | Інтерактивний маркетинг та електронна торгівля (е-торгівля) | 2 |
| 17 | Організація рекламної компанії | 2 |
| 18 | Стимулювання власного персоналу | 2 |
| 19 | Онлайн-анкетування | 2 |
| 20 | Основи формування фірмового стилю | 2 |
| 22 | Рішення в сфері міжнародної реклами | 2 |
| 23 | Інтерактивний маркетинг призначення та зміст сегментуваннч ринку | 2 |
|  | **Всього:** | **46** |
|  |  |  |