**Питання на залік з дисципліни «Реклама та стимулювання продажу»**

**Спеціальність 076**  **Підприємництво, торгівля та біржова діяльність**

1. Поняття «стимулювання продажу товарів».
2. Закон України «Про рекламу»: основні розділи.
3. Закон України «Про недобросовісну конкуренцію» (у частині, що стосується реклами).
4. Історичні етапи розвитку реклами.
5. Реклама в системі маркетингу.
6. Класифікація реклами.
7. Класифікація реклами на основі етапів життєвого циклу товарів.
8. Поняття «комерційна реклама».
9. Організація процесу рекламування товарів.
10. Створення фірмового стилю та реклама.
11. Реклама і спонсоринг.
12. Теорія комунікацій та її застосування в рекламній діяльності (засадничі питання).
13. Планування рекламної кампанії.
14. Поняття «рекламна кампанія».
15. Вибір цілей рекламування в рекламній кампанії.
16. Загальна стратегія підприємства, стратегія маркетингу та стратегія рекламування в рекламній кампанії.
17. Вибір технічних засобів та носіїв реклами.
18. Витрати на рекламування товарів та послуг.
19. Розроблення рекламного звернення.
20. Поняття ефективного рекламного звернення.
21. Контроль ефективності рекламної кампанії.
22. Поняття про стимулювання продажу товарів.
23. Види стимулювання товарів.
24. Стимулювання споживачів.
25. Стимулювання посередників.
26. Особливості стимулювання продажу товарів.
27. Стимулювання продажу товарів та етапи життєвого циклу товару.
28. Стимулювання посередників.
29. Знижки з ціни, заліки, премії-штовхачі, конкурси дилерів, безкоштовне навчання дилерів та дистриб’юторів, лотереї як складові стимулювання продажу.
30. Спільна реклама виробника та посередника: цілі, сутність.
31. Стимулювання власного торгового (збутового) персоналу як складова маркетингових комунікацій.
32. Стимулювання власного торгового персоналу на різних етапах життєвого циклу товарів.
33. Стимулювання посередників на різних етапах життєвого циклу товарів.
34. Стимулювання споживачів на різних етапах життєвого циклу товарів.
35. Засадничі принципи визначення витрат на стимулювання в загальних витратах на комунікації.
36. Особливості рекламування на місці продажу товарів.
37. Цілі рекламування на місці продажу товарів.
38. Сфери застосування реклами на місці продажу товарів.
39. Засоби рекламного характеру.
40. Інформативні та рекламні матеріали у РМП: визначення, замовлення, оформлення, використання.
41. Планування та оформлення приміщень, використання вітрин як інструмента МПК.
42. Оформлення вітрин як форма реклами.
43. Види вітрин. Особливості оформлення.
44. Поняття зовнішньої реклами .
45. Щитова реклама.
46. Реклама на товарах масового попиту.
47. Реклама торгового закладу.
48. Класифікація основних засобів та носіїв реклами в торгівлі.
49. Принципи поштової реклами.
50. Фактори, що зумовлюють потребу у використанні посилкової реклами.
51. Досвід використання телевізійної реклами прямої дії в Україні.