УКООПСПІЛКА
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИЙ КОЛЕДЖ
ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСНОЇ СПІЛКИ СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ

ТОРГОВЕЛЬНА РЕКЛАМА

ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАЛІКУ

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ: 5.03051001 Товарознавство та комерційна діяльність

Викладач Шевчук З.Я.

Розглянуто та схвалено на
засіданні циклової комісії
комерційних дисциплін
Протокол №_____
від "_____2011р.
Голова циклової комісії
_____Т.В.Кушнірюк

Чернівці
2011

1. Визначення поняття реклама.
2. Суть і роль реклами в сучасному суспільстві.
3. Економічна, соціальна, загальноосвітня роль реклами.
4. Закон України «Про рекламу», «Про товарні знаки..»
5. Норми правового регулювання рекламної діяльності в Україні.
6. Відповідальність за неналежну рекламу.
7. Реклама, як метод управління людьми.
8. Методи переконання та навіювання.
9. Рекламна інформація як комплекс подразнювачів.
10. Процес дії та сприйняття реклами.
11. Суть і роль торговельної реклами.
12. Характерні особливості торговельної реклами.
13. Завдання та функції торговельної реклами.
14. Класифікація видів торговельної реклами.
15. Застосування рекламних засобів у торгівлі.
16. Види реклами в магазині.
17. Інтер'єр магазину як засіб реклами.
18. Рекламні заходи в магазині.
19. Вітрини як засіб реклами.
20. Поняття і суть паблік рилейшнз і паблісіті, їх відмінні особливості.
21. Завдання паблік рилейшнз.
22. Функції паблік рилейшнз.
23. Визначення мети рекламної діяльності.
24. Визначення шляхів досягнення мети рекламної діяльності.
25. Особливості планування рекламної діяльності.
26. Визначення ефективності рекламних заходів.
27. Економічна ефективність рекламних заходів.
28. Психологічна ефективність рекламних заходів.
29. Завдання реклами.
30. Необхідність реклами в сучасному суспільстві.
31. Основні етапи розвитку реклами.
32. Міжнародний кодекс рекламної практики, його суть і значення для розвитку рекламної діяльності в Україні.
33. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції»
34. Психологія споживчої мотивації покупця.
35. Мотиви придбання товарів.
36. Фактори, що впливають на споживчі мотиви.
37. Основні елементи засобів реклами та вимоги до них.
38. Вибір рекламних засобів.
39. Зовнішня реклама в магазині та її засоби.
40. Характеристика засобів зовнішньої реклами, застосування та вимоги до неї.
41. Робота служб паблік рилейшнз із засобами масової інформації.
42. Етапи планування рекламної роботи підприємства.