

Вопросы для проведения промежуточного контроля:

1. Охарактеризуйте содержание концепции ИМК и ее основные отличительные черты.
2. Охарактеризуйте современную проблематику маркетинговых коммуникаций.
3. Назовите уровни интеграции маркетинговых коммуникаций, охарактеризуйте основные барьеры интеграционного процесса.
4. Назовите основные критерии, принципы и этапы сегментирования. Охарактеризуйте влияние сегментации на комплекс ИМК.
5. Назовите и охарактеризуйте основные стратегии таргетирования.
6. Назовите основные стратегии позиционирования и охарактеризуйте этапы их разработки.
7. Назовите и охарактеризуйте основные факторы, влияющие на принятие решения о размере бюджета коммуникационной кампании.
8. Назовите и охарактеризуйте основные методы определения размера бюджета коммуникационной кампании.
9. Назовите и охарактеризуйте основные отличительные черты рекламы как элемента ИМК.
10. Охарактеризуйте основные виды и инструменты рекламы (по способам ее распространения).
11. Назовите и охарактеризуйте основные варианты стратегии при использовании рационального подхода к построению рекламных сообщений.
12. Назовите и охарактеризуйте основные варианты стратегии при использовании эмоционального подхода к построению рекламных сообщений.
13. Охарактеризуйте ПР как элемент ИМК.
14. Назовите и охарактеризуйте современные медиаинструменты ПР.
15. Назовите и охарактеризуйте основные методы оценки эффективности ПР кампаний.
16. Назовите и охарактеризуйте основные типы стимулирования сбыта.
17. Назовите и охарактеризуйте основные механики потребительского стимулирования.
18. Назовите и охарактеризуйте основные инструменты потребительских коммуникаций в торговых точках.
19. Назовите и охарактеризуйте методы оценки эффективности маркетинговых программ по стимулированию сбыта.
20. Охарактеризуйте прямой маркетинг как элемент системы ИМК.
21. Назовите и охарактеризуйте основные инструменты прямого маркетинга.
22. Назовите и охарактеризуйте особенности маркетинговых кампаний на основе баз данных.

23. Назовите и охарактеризуйте основные черты концепции маркетинга взаимоотношений.
24. Назовите и охарактеризуйте основные виды и инструменты электронных коммуникаций.
25. Назовите и охарактеризуйте методы и инструменты оценки результативности электронных коммуникаций в рамках ИМК.