

**ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ**  
по дисциплине «ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

1. Сущность и генезис развития маркетинговых коммуникаций.
2. Маркетинговая модель элементов процесса коммуникации.
3. Понятие системы маркетинговых коммуникаций и подходы к ее формированию.
4. Факторы, определяющие структуру системы маркетинговых коммуникаций.
5. Объекты, субъекты, уровни и функции коммуникации.
6. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций и эффект синергии.
7. Инструменты маркетинговых коммуникаций: базовые и синтетические.
8. Планирование маркетинговых коммуникаций.
9. Эффективность маркетинговых коммуникаций.
10. Сущность рекламы и классификация видов рекламы.
11. Правовое регулирование рекламной деятельности.
12. Телевизионная реклама. Радиореклама.
13. Интернет-реклама. Наружная реклама.
14. Реклама в местах продаж. Виды современных POS- материалов.
15. Печатная реклама. Реклама в прессе.
16. Сущность PR и классификация PR- мероприятий.
17. Цели и принципы связей с общественностью (PR).
18. Модель планирования PR- коммуникаций.
19. Сущность прямого маркетинга.
20. Инструменты прямого маркетинга.
21. Личная продажа.
22. Сущность стимулирования продаж.
23. Мероприятия по стимулированию продаж.
24. Сущность и значение фирменного стиля.
25. Элементы фирменного стиля и его носители.
26. Сущность брендинга и характеристики архитектуры бренда.
27. Стоимость и рейтинг бренда, методики их оценки.
28. Традиционные и современные каналы маркетинговых коммуникаций.
29. Персонализация и кастомизация в системе маркетинговых коммуникаций.
30. Психологические и социальные аспекты применения коммуникаций в маркетинге.
31. Основные системы передачи информации в маркетинговых коммуникациях.
32. Память и мотивация потребителя в маркетинговых коммуникациях.
33. Партизанский маркетинг.
34. «Product placement».
35. Event-маркетинг. Выставочно-ярмарочная деятельность.
36. Имидж-мейкинг. Самореклама.
37. Сущность клиентоориентированного маркетинга.
38. CRM-системы и их назначение.
39. Программы лояльности.
40. Сущность и виды аутсорсинга.
41. Концепция медиапланирования и разработка медиа-стратегии.
42. Комплекс ATL, BTL и TTL.
43. SMM-коммуникации: цели, задачи, показатели эффективности.
44. Influencer-маркетинг.
45. Эволюция философии интегрированных маркетинговых коммуникаций.