**Перечень вопросов для зачета**

1. Сущность продвижения товаров.
2. Цель, задачи и принципы продвижения товаров.
3. Инструменты продвижения товаров. Классификация инструментов продвижения товаров.
4. Особенности продвижения товаров в цифровой среде. Структура комплекса продвижения товаров.
5. Этап жизненного цикла товара.
6. Сегментирование рынка.
7. Степень покупательской готовности
8. Каналы продвижения товаров. Продвижение товаров с использованием цифровых каналов.
9. Закономерности продвижения товаров на потребительский рынок.
10. Основа коммуникационного взаимодействия субъектов рыночной среды.
11. Определение целевой аудитории.
12. Разработка рекламной онлайн-кампании.
13. Понятие о стратегии продвижения.
14. Особенности коммуникационной политики конкурентов.
15. Маркетинговые способы продвижения товаров и услуг.
16. Особенности реализации политики продвижения товаров на внешнем рынке.
17. Правовое регулирование электронного документооборота и применения цифровых инструментов для продвижения товаров.
18. Понятие и виды интернет-рекламы.
19. Таргетированная реклама.
20. Цифровая баннерная реклама. Форматы баннеров: статические и динамические.
21. Цифровая контекстная реклама.
22. Поисковая и тематическая реклама.
23. Классификация цифровых медиа.
24. Собственные, платные и заработанные медиа.
25. Цифровая видеореклама.
26. Понятие и виды личной продажи. Этапы личной продажи.
27. Цифровая коммуникация продавца при личной продаже.
28. Стрим-блоггинг.
29. «Живые» покупки.
30. Платформы для видео-стриминга.
31. Мессенджеры для прямого общения с потребителями.
32. Понятие о паблик рилейшнз. Пресс-релиз и преес-рилейшенз.
33. Взаимодействие в социальных медиа.
34. Подготовка и проведение пресс-конференции. Пресс-приглашение.
35. Отношения с государственными органами. Коммуникации с лидерами общественного мнения.
36. Организация встреч с потенциальными клиентами.
37. Понятие стимулирования продаж. Виды стимулирования продаж.
38. Преимущества цифрового стимулирования продаж товаров.
39. Цифровые средства и приемы стимулирования покупателей.
40. Партнерские программы. Программы лояльности покупателей.
41. Привлечение покупателя с помощью цифровых инструментов.
42. Этапы в процессе подготовки и реализации программы стимулирования продаж.
43. Алгоритм проведения стимулирующих акций и оценка их результатов
44. Сущность бренда. Виды брендов.  Компоненты успешного бренда.
45. Продвижение бренда. Онлайн-инструменты продвижения бренда.
46. Медийная реклама. Видеореклама.
47. Вирусный маркетинг.
48. . Контекстно-медийная реклама.
49. Размещение в отраслевых каталогах.
50. Имиджевая реклама и спецпроекты.
51. Ситуативный и партнерский маркетинг.