**ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ**

**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**«Реклама в местах продаж»**

1. Позиционирование торговых брендов (торговых сетей, магазинов и т.д.) средствами рекламы, роль имиджевой и информационной рекламы.
2. Роль, функции и влияние торговой рекламы на современное общество.
3. Интернет/Пресса/Телевидение/Радио Республики Беларусь как инструмент рекламного продвижения.
4. Особенности рекламного продвижения товаров и услуг B2B.
5. Методы партизанского маркетинга в рекламном продвижении товаров и услуг.
6. Нестандартные формы и методы рекламы, оценка коммуникативной и экономической эффективности.
7. Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных/продуктовых брендов и/или услуг.
8. Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций предприятий и компаний Республики Беларусь.
9. Роль, функции, зона ответственности и эффективность деятельности рекламного агентства в рамках комплексной рекламно-маркетинговой деятельности предприятия.
10. Рекламный заголовок в современной печатной рекламе.
11. Слоган как ключевой элемент стратегии позиционирования и продвижения бренда.
12. Сценарий рекламного ролика как часть рекламной стратегии.
13. Оценка эффективности рекламных коммуникаций, постановка целей и задач, проблематика вопроса.
14. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании в торговле.
15. Оптимизация креативной деятельности в торговле (использование методов и средств).
16. Использование сленга и нестандартных вербальных форм в рекламе (по сегментам аудитории, товарам и услугам, соответствие закону «О Рекламе»).
17. Роль рекламы в продвижении различных СМИ, методы комплексного рекламного воздействия на аудиторию СМИ (кросс-промоушн).
18. Продвижение веб-ресурса средствами сетевой и несетевой рекламы.
19. Вирусная видеореклама в Интернет (цели, аудитория, реализация, продвижение, эффективность).
20. Продвижение событий, мероприятий, брендов на примере торговых организаций Республики Беларусь.
21. Теоретический и практический анализ существующих нарушений действующего Закона "О рекламе".