Др\_Функция рекламы в продвижении продукта

Стр\_55

1 ВВЕДЕНИЕ

2 ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

2.1 Сущность рекламы и ее специфика в интернет-пространстве

2.1.1 Понятие рекламы

2.1.2 Развитие рекламы в Интернет

2.2 Функции рекламы

3 МЕТОДОЛОГИЯ

4 РЕЗУЛЬТАТЫ

4.1 Характеристика деятельности компании

4.2 Анализ рынка, конкурентов и маркетинговой деятельности компании

4.3 Анализ результатов опроса потребителей компании

4.4 Анализ функции рекламы в компании

4.5 Выводы и рекомендации

5 СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В соответствии с проведенным исследованием рекламной деятельности ТОО были определены основные проблемы и сформулированы пути их решения в таблице 4.10. В результате анализа ТОО были выявлены проблемы в области рекламной деятельности, такие как отсутствие официального сайта, ограниченная численность учеников, ограниченный выбор занятий, ограниченное месторасположение, конкуренция со стороны других частных школ, негативное влияние экономических и социальных факторов на спрос и трудности в привлечении и сохранении квалифицированных преподавателей.

Минсин М. Реклама как социальная технология бренда / М. Минсин // Социология. – 2020. – № 3. – С. 267-273.

Музыкант В. Л. Реклама: учебное пособие / В. Л. Музыкант. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2019. — 208 с.

Пьянова, Н. В. Реклама как резерв повышения эффективности предприятия / Н. В. Пьянова, А. Г. Аверьянова // Экономическая среда. – 2019. – № 1(27). – С. 38-50.

Рубцова Е. В. Особенности современной рекламы: социально-психологическое воздействие / Е. В. Рубцова // Карельский научный журнал. – 2020. – Т. 9. – № 1(30). – С. 57-60.

Селезнева Л. В. Написание рекламных текстов: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 159 с.