Рекламная деятельность в предпринимательстве

План

Введение

1 Теоретические основы рекламной деятельности

1.1 Сущность рекламной деятельности и ее функции

1.2 Каналы рекламной деятельности

1.3 Общие требования к рекламе

2 Разработка рекламной компании на примере супермаркета

2.1 Характеристика супермаркета

2.2 Разработка рекламной компании супермаркета

3 Особенности рекламной деятельности в предпринимательстве в Казахстане

3.1 Формирование рынка рекламы в предпринимательской деятельности в Казахстане

3.2 Предложение по регулированию рекламной деятельностью в РК

Заключение

Список использованных источников

# Список использованных источников

1. Фисаева Е.Л. Проблемы организации успешного ресторанного бизнеса // Обустройство. - №12. - 2006. - С. 47.

2. Ромат Е.В. Реклама. 4-е издание. Учебник для вузов. - СПб.: «Питер», 2008. С. 17;

3. Реклама: экономика, политика, искусство.// М.: ГПНТ, 2007;

4. Крылов И.В. Антология рекламы. - М., 2006. С. 54

5. Серегина Т.К., Титова М.М. Реклама в бизнесе. - М.: Информационно-Внедренческий Центр «Маркетинг», 2007. С. 212.

6. Аксенова К.Л. Реклама и рекламная деятельность. – М., 2005

7. Бове А. Современная реклама.– Т., 2005;

8. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. Рекламная деятельность. – М., 2004;

9. Шеденов У.К., Романов А.С. Формирование современного рынка рекламы в Республике Казахстан.// "Экономика Казахстана", № 1, 2012;

10. Ученова В.В., Старых Ю.В. История рекламы: детство и отрочество.// Алматы: "Мысль", 2004;

11. Рожков И.Я. Международное рекламное дело.// М.: "Банки и биржи", ЮНИТИ, 2004;

12.  Картер. Эффективная реклама. – М. –2011;

13.  Музыкант В. Л. Реклама. – М., 2006;

14. Интернет-ресурс: www.search.tut.kz./status. Дата доступа: 25.01.2008г;

15.  Пономарева А.М. Рекламная деятельность: организация, планирование, оценка эффективности. – М., 2004;

16. Интернет-ресурс: www.bnews.kz.