

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ОЦІНКА РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «РЕДАКЦІЯ ГАЗЕТИ

«СЛОВО»

Атанасов М. В.

Науковий керівник – доц. каф. “Менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності”, Захарченко О. В.

Основною метою роботи є аналіз організації рекламної діяльності та виявлення недоліків у її роботі.

Сьогодні усі ми стикаємось з рекламою. Вона, сама по собі, може виступати як інструмент для досягнення різноманітних цілей. Коли підприємство виробляє певний продукт чи надає певні послуги, виникає необхідність познайомити потенційних споживачів із ним. Тобто на початковому етапі кампанії з реалізації продукту реклама є досить необхідною річчю. Можна копнути глибше та й вивести таку думку, що реклама як невід’ємна частина інформаційного контенту, який є повсюди та стосується усіх сфер життя людини, формує певний попит через створення потреби.

Впровадження запропонованих методів, на думку автора, зможе покращити основні показники підприємства щодо використання реклами та надання її як послуги.

Саме база практики та дипломне підприємство таке, як ТОВ «Редакція газети «СЛОВО»» дозволяє розкрити тему реклами найліпшим способом.