|  |  |
| --- | --- |
| ЗМІСТ |  |
| **Вступ**  **РОЗДІЛ 1. Теоретико-методичні засади формування товарної реклами виробничого підприємства**  1.1 Поняття та специфічні особливості формування товарної реклами на B2B ринку  1.2 Основні види медіа каналів для розміщення товарної реклами виробничого підприємства  1.3 Методи оцінки ефективності проведення рекламної кампанії виробничого підприємства  **РОЗДІЛ 2. Аналіз товарної реклами виробничого підприємства ТОВ «ТФ Кабель»**  2.1 Характеристика маркетингового середовища та маркетингової діяльності ТОВ «ТФ Кабель»  2.2 Аналіз рекламної діяльності підприємства ТОВ «ТФ Кабель»  2.3 Оцінка ефективності товарної реклами та комунікаційної діяльності підприємства ТОВ «ТФ Кабель»  **РОЗДІЛ 3. Рекомендації щодо удосконалення товарної реклами виробничого підприємства ТОВ «ТФ Кабель»**  3.1 Основні напрями щодо удосконалення товарної реклами виробничого підприємства ТОВ «ТФ Кабель»  3.2 Розробка рекламної стратегії для підприємства ТОВ «ТФ Кабель»  3.3 Підходи до оцінки результативності запропонованої рекламної стратегії для підприємства ТОВ«ТФ Кабель»  Висновки  Список використаної літератури  Додатки |  |