ЗМІСТ

Вступ

Розділ 1. ТЕОРИТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Система планування рекламної діяльності як елемент маркетингового планування.

1.2. Сутнісні особливості формування рекламної політики та рекламної стратегії.

1.3. Основні методи оцінки ефективності впровадження рекламної політики підприємства.

Розділ 2. АНАЛІЗ СИСТЕМИ ПЛАНУВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ФОЗЗІ-ФУД»

2.1. Характеристика маркетингового середовища та позиції ТОВ «ФОЗЗІ-ФУД» на вітчизняному ринку.

2.2. Аналіз комунікаційної діяльності підприємства ТОВ «ФОЗЗІ-ФУД»

2.3. Аналіз рекламної політики підприємства ТОВ «ФОЗЗІ-ФУД»

Розділ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ФОЗЗІ-ФУД»

3.1. Пропозиції щодо покращення основних напрямів формування рекламної політики ТОВ «ФОЗЗІ-ФУД»

3.2. Розробка рекламної стратегії для підприємства ТОВ «ФОЗЗІ-ФУД»

3.3. Підходи до оцінки результативності запропонованої рекламної стратегії для підприємства ТОВ «ФОЗЗІ-ФУД»

Висновки

Список використаних джерел

Додатки