

Тема 11. Організація інформаційно-рекламної роботи в торгівлі

Мета й завдання: познайомитися з організацією інформаційно-рекламної роботи в торгівлі, визначити роль POS-матеріалів та їх призначення в торгівлі. Виділити основні види POS-матеріалів.

ПЛАН

1. POS-матеріали та їх призначення в торгівлі
2. Основні види POS-матеріалів

POS-матеріали та їх призначення в торгівлі. Основні види POS-матеріалів. POS-матеріали вхідної групи. POS-матеріали на місці викладки товарів. Панель-кронштейн. Штендер. Тротуарна графіка. Воблери; мобайли; лайнери; шелфтокери; стенди, павуки та інші рекламні конструкції; муляжі; стоппери; диспенсери; прапорці та гірлянди; упаковка; цінники; наклейки; листівки та флаєри; брошури; буклети; каталоги; сувенірна продукція.

Питання для обговорення:

1. Надайте обґрунтування необхідності рекламі.
2. Які завдання виконує реклама?
3. Які види реклами вам відомі? Надайте їх ґрунтовну характеристику.
4. Визначте основне завдання торгової реклами.
5. Особливості зовнішньої та внутрішньої реклами. Їх переваги та недоліки
6. Надайте визначення рекламних засобів та їх особливостей при застосуванні.
7. Які форми реалізації реклами торговельного підприємства вам відомі?
8. Переваги використання рекламного оголошення. Законодавчі особливості застосування рекламного оголошення.
9. Які рекламні цикли вам відомі? Як вони пов'язані з життєвими циклами товару?
10. Що таке рекламна кампанія? Які переваги її проведення?

Теми для рефератів, виступів, презентацій:

1. Ефективне розміщення і поділ товарних груп.
2. Правило «золотого трикутника». Розташування основних і додаткових точок продажу.
3. Комплекс просування товарів на місцях продажу.
4. Роль внутриміагазинної реклами та інструментів стимулювання збуту.
5. Ефективна організація цінників на різних місцях продажу.
6. Засоби оформлення місць продажу товару.

Література:

1. Алданькова Г. В. Маркетингові комунікації у формуванні рекламно-інформаційного простору торговельної мережі. *Ефективна економіка*. 2017. № 3.
2. Жадько К. С. Функціональна модель інформаційного забезпечення маркетингової діяльності торговельного підприємства. *Інноваційна економіка*. 2020. № 5-6. С. 58-64.
3. Батьковець Г. А. Інформаційно-аналітична модель забезпечення діяльності торговельних підприємств. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. № 27(2). С. 165-167.
4. Павлова В. А. Еволюція форматів торговельних підприємств у динаміці статистичної інформації. *Академічний огляд*. 2019. № 1. С. 49-58.