

Одинец Доминика

«Реклама как средство продвижения товара»

#### Аннотация

**Актуальность темы исследования.** В России, в 2012 году был введен закон, запрещающий размещать рекламу алкогольной продукции. Производители данного продукта пересмотрели принципы проведения рекламных мероприятий и выработали другую стратегию. Большое внимание уделяют различным торговым точкам, учитывая принципы правильной выкладки товара, размещение рекламы, проведения промо-акций и мероприятий. Особое место в стимулировании продаж принадлежит рекламным материалам непосредственно в торговых точках, которые не только сами по себе создают импульс для покупки у потенциального покупателя, но и в значительной части используются для оформления дополнительной выкладки продукции и тем самым увеличивают торговую площадь, на которой представлен продвигаемый товар.

**Цель работы.** Провести анализ эффективности рекламы, используемой при продвижении пивной продукции в канале ХоРеКа.

**Содержание и результаты работы.** Работа состоит из двух глав и содержит 50 страниц, включая титульный лист, список использованных источников и приложения. Также, работа включает 13 таблиц, 2 графика и один рисунок. В работе изучены теоретические основы рекламы; проведен общий анализ российского рекламного рынка; проведен анализ рынка пивной продукции и оценена эффективность рекламных материалов в канале ХоРеКа.