



**ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ “НЕОФИТ РИЛСКИ”
БЛАГОЕВГРАД**

ПРАВНО-ИСТОРИЧЕСКИ ФАКУЛТЕТ

2700 Благоевград, тел/факс: +395/73/886617, e-mail: admin@law.swu.bg

Дисциплина:

Основи на рекламата и брендинга II

Конспект:

1. Медияпланиране. Същност и значение.
2. Рекламата в печатните медии: предимства и недостатъци.
3. Електронните медии като рекламен канал: предимства и недостатъци.
4. Външни медии, транспортна реклама и пощенска реклама.
5. Фактори, влияещи върху избора на медия и рекламоносител.
6. Параметри на стратегическото медияпланиране на рекламата
7. Видове рекламни стратегии.
8. Индикатори за анализ на ефективността на рекламоносителите.
9. Цели, характеристики, предимства и недостатъци на стимулирането на продажбите.
10. Класификация на техниките за насърчаване на продажбите.
11. Съответствията и различията между промоциите и рекламата.
12. Историческо възникване на търговската марка.
13. Определение за търговската марка и видове.
14. Функции на търговската марка.
15. Правна защита на търговската марка.
16. Изисквания за регистрация на търговската марка.
17. Търговско-психологически изисквания към марката. Рекламни константи.
18. Генерична марка и франчайзинг.
19. Мърчиндайзинг, фамилна и индивидуална марка.
20. Същност и диференциране на управлението на търговската марка.
21. Имидж на търговската марка.
22. Позициониране бранда на пазара.
23. Средства за изграждане и управление на имиджа. Лоялност към марката.
24. Предимства на рекламата в интернет.
25. Форми на реклама в интернет.
26. Специфични изисквания към Интернет брендинга.
27. Изграждане на марка чрез социалните медии.

Изготвил:

Доц. д-р Славянка Ангелова

Гл. ас. д-р Любомира Христова