

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕКЛАМЫ КРУПНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	6
1.1. Особенности рынка крупных производственных предприятий	6
1.2. Понятие рекламы и ее структура.....	17
1.3. Особенности рекламы на крупных производственных предприятиях.....	27
ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРУПНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	37
2.1. Основная информация о предприятии и его продукции.....	37
2.2. Анализ рекламы крупных производственных предприятий конкурентов	44
ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРУПНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	52
3.1. Планирование рекламной стратегии.....	52
3.2. Рекомендации по совершенствованию информационно-рекламной деятельности крупных производственных предприятий.....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	72
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	74
ПРИЛОЖЕНИЯ	