

ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольная работа выполняется студентами **заочной формы обучения**. Необходимо выбрать один из вариантов в соответствии с порядковым номером в академическом журнале. Для выполнения задания необходимо изучить литературу по теме и оформить ее в соответствии с планом. Изложение должно отличаться композиционной четкостью, логичностью, грамотностью.

Вариант № 1

1. Определите зависимость и оцените состояние рынка рекламы от общеэкономической ситуации в стране.
2. Дайте понятие глобального и национального рынка рекламы.

Вариант № 2

1. Раскройте тенденции современного развития рынка связей с общественностью и рынка рекламы: глобализация, интеграция, концентрация, сети, диверсификация.
2. Назовите профессиональные конкурсы в сфере рекламы в России и Украине.

Вариант № 3

1. С какими трудностями сталкивается рекламная отрасль в своем современном развитии.
2. Опишите глобальные кризисные процессы в мировом развитии рекламного рынка.

Вариант № 4

1. Назовите современные перспективные направления рекламной деятельности.
2. На сколько влияет менталитет и культура региона на развитие рынка рекламы и PR-услуг.

Вариант № 5

1. Оцените состояние рынка рекламы Луганской Народной Республики.
2. Опишите этапы формирования мирового рекламного рынка.

Вариант № 6

1. Разделите понятия первичной и вторичной информации для исследований рекламных процессов.
2. Опишите динамику развития рекламного рынка Луганской Народной Республики.

Вариант №7.

1. Можно ли говорить о равной конкуренции отечественного рынка PR-услуг с западными коллегами.
2. Опишите динамику развития рекламного рынка в Украине.

Вариант №8.

1. Опишите процесс рекламного исследования.
2. Оцените позитивные и негативные последствия процесса глобализации.

Вариант №9.

1. Что является самым популярным источником информации о рынке PR-услуг среди всех категорий.
2. Опишите динамику развития рекламного рынка в России.

Вариант №10.

1. Назовите особенности развития современного отечественного рынка PR-услуг.
2. Раскройте содержание и принцип взаимодействия элементов в механизме рынка PR-услуг.