**Вопросы для обсуждения:**

1. Когда был принят Закон РФ «О рекламе»?

2. Какие законодательные акты совместно с Законом «О рекламе» применяются на практике?

3. Какие органы осуществляют контроль за соблюдением Закона «О рекламе»?

4. Какими функциями определяется сущность рекламной деятельности?

5. Какие известны признаки (критерии) классификации видов рекламы?

6. Перечислите основные функции рекламодателя.

7. Какие каналы распространения рекламы Вам известны? Раскройте понятия ATL-BTL-TTL-реклама.

(глава № 10 книги Синяева И.М. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник/ Синяева И.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 504 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10522.— ЭБС «IPRbooks»)

**Практические задания:**

1. Докажите, что данная информация является рекламным текстом. (Приложение № 1)  
2. Прочитайте материал и определите, какие каналы распространения рекламной информации были выбраны компанией для информирования и продвижения своего товара? Можно ли говорить о том, что компания выбрала TTL-стратегию? Аргументируйте свой ответ. (Приложение № 2)

3. Приведите пример, используя баннерную (наружную) рекламу, как работает формула AIDA на практике.