

## Съдържание

<b>УВОД</b> .....	<b>3</b>
<b>ГЛАВА ПЪРВА: МАРКЕТИНГ МИКС И КОМУНИКАЦИОННА ПОЛИТИКА</b> .....	<b>6</b>
1. Комуникационен процес .....	7
2. Комуникационна политика .....	7
3. Функции на рекламата.....	9
3.1 Макрофункции на рекламата .....	9
3.2 Микрофункции на рекламата .....	11
4. Рекламата като обществена комуникация.....	12
5. Рекламодатели, адресати, видове реклама, рекламни константи. ....	14
<b>ГЛАВА ВТОРА: РЕКЛАМАТА КАТО ЧАСТ ОТ КОМУНИКАЦИОННАТА ПОЛИТИКА НА ФИРМАТА.</b> .....	<b>34</b>
1. Планиране на рекламна стратегия на фирмата .....	34
2. Рекламно проучване и проучвателни техники в рекламата .....	42
3. Алгоритъм за разработване на рекламна стратегия. ....	45
3.1 Принципи на формулиране на рекламната цел .....	49
3.2 Определяне на целевите рекламни аудитории.....	51
3.3 Определяне на рекламния бюджет.....	54
3.4 Определяне ефективността от рекламата .....	55
4. Изграждане на индивидуализиран контакт с клиентите .....	57
5. Технология на ONLINE- проучванията.....	59
6. Стратегии и етапи при изграждане и поддържане на силна марка. ....	61
<b>ГЛАВА ТРЕТА. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА НА РЕКЛАМНА СТРАТЕГИЯ НА “ LUCY FASHION ”ЕООД.</b> .....	<b>63</b>
1. Характеристика на обекта, анализ на продажбите.....	63
1.1 Цели.....	66
1.2 Организационна структура .....	67
3. Особенности в дистрибуционната политика на “ Lucy fashion ”ЕООД .....	70
4. Търговска марка .....	70
5. Разработване на рекламната стратегия на “ Lucy fashion ”. ....	71
5.1 Стратегията, която марката налага .....	73
5.2 Образ на марката - светът на Lucy fashion .....	74
5.3 Рекламната стратегия на " Lucy Fashion " .....	74
6. Рекламен бюджет.....	76

7. Изграждане и поддържане на марката "online " .....	79
8.Препоръки:.....	83
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>84</b>
<b>ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА И ИЗТОЧНИЦИ .....</b>	<b>87</b>