

**РОЛЬ ПРЕЗЕНТАЦИИ В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРА НА РЫНКЕ**

Как показывает мировой опыт, одним из условий эффективной деятельности любой компании является формирование ее привлекательного облика в глазах партнеров и клиентов. При этом необходимо обеспечить, чтобы уровень представления информации был высоким, качественным и современным. Высокие требования к представлению компании на внешнем и внутреннем рынках диктуют использование высоких технологий. Выход состоит в использовании современных компьютерных мультимедийных технологий.

Мультимедиа презентация – это мощный, современный инструмент продаж, выполненный на высоком графическом уровне, совмещающий 3D графику, видео, аудио и иную информацию и решающий одновременно несколько маркетинговых задач. Мультимедиа презентация призвана активно продвигать товары или услуги, а так же имидж компании на рынке. Основным отличием презентаций от остальных способов представления информации является их особая насыщенность содержанием и интерактивность, т.е. способность определенным образом изменяться и реагировать на действия пользователя. Новизна и преимущества предлагаемой технологии подачи информации состоят в современной форме презентации с использованием мультимедийного компьютера. Кроме рекламных целей презентации могут выполнять и другие практические функции: обучение и проверка знаний сотрудников, клиентов или потребителей продукции; распространение нормативно-технической документации, методических материалов и т.п. Мультимедиа презентации дают прямой доступ к информации. Пользователь может сразу видеть все содержание и переходить к тому, что его заинтересовало. Извлечение информации не будет связано с большими затратами труда и времени. Мультимедиа презентации могут содержать десятки тысяч страниц текста и тысячи рисунков и фотографий, несколько часов видео и аудио записей, анимацию и трехмерную графику, при этом обеспечивая низкую стоимость тиражирования и длительный срок хранения.

Таким образом, смысл презентации - обеспечить благожелательный прием презентуемому новшеству со стороны общественности.

**ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ТОВАРОВ НА ПРИМЕРЕ  
УПАКОВКИ**

На современном этапе перехода к рыночным отношениям в нашей стране информационное сопровождение в целях стимулирования сбыта продукции начинает играть важную роль. Общественным фактором возрастания роли стимулирования является то, что эффективность рекламы снижается из-за растущих издержек и рекламной тесноты в средствах массовой информации. Все большее число предприятий прибегает к альтернативным средствам стимулирования, как к способу эффективно поддержать рекламную кампанию.

Основной целью данной работы является исследование влияния маркетинговых стимулов на поведение потребителей. Для достижения этой цели поставлены задачи: а) рассмотреть теоретические аспекты стимулирования; б) описать основные средства стимулирования и их достоинства и недостатки, особое внимание уделить упаковке как средству информационного сопровождения товара. Позитивные маркетинговые стимулы: эмоционально-интенсивная реклама, приятная презентация и позитивные новости, привлекательная упаковка вызывают симпатию к продукту. Упаковка превратилась в одно из действенных средств маркетинга. в