**«Рекламний менеджмент»**

**Факультет економіки та менеджменту, кафедра маркетингу, маркетинг, магістр, 1- й курс**

Сендецька Світлана Васлівна, e-mail: svitlana.sendetska@gmail.com

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ з/п** | **Тема** | **Анотація** | **Інтернет-ресурс** |
| **ЛЕКЦІЙНИЙ КУРС** | | | |
| **1.** | Планування рекламної діяльності | Рекламне планування як елемент системи маркетингового планування. Розробка рекламної стратегії. | <http://elib.hduht.edu.ua/jspui/handle/123456789/958>  <http://www.al24.ru/pdf_kniga_8293.html> |
| **2.** | Розробка рекламного звернення | Проблеми рекламної творчості (креатив). Рекламне звернення: поняття, основні етапи, і технології процесу розробки. | <https://buklib.net/books/25947/>  <https://library.bntu.by/en/node/2881>  <http://www.al24.ru/pdf_kniga_8293.html>  <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&ved=2ahUKEwiv5cCg9b3oAhUCBhAIHUIPBHMQFjAJegQICBAB&url=http%3A%2F%2Fmaup.com.ua%2Fassets%2Ffiles%2Flib%2Fbook%2Freklama.pdf&usg=AOvVaw1FRWs30dlCRN86XNpfoNBD> |
| **3.** | Рекламна кампанія | Суть і класифікація рекламних кампаній. Основні етапи проведення рекламних кампаній. Шляхи підвищення ефективності рекламних кампаній. | <https://buklib.net/books/26138/>  <http://www.al24.ru/pdf_kniga_8293.html>  <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&ved=2ahUKEwiv5cCg9b3oAhUCBhAIHUIPBHMQFjAJegQICBAB&url=http%3A%2F%2Fmaup.com.ua%2Fassets%2Ffiles%2Flib%2Fbook%2Freklama.pdf&usg=AOvVaw1FRWs30dlCRN86XNpfoNBD> |
| **4.** | Організація рекламної діяльності | Основні підходи до розуміння терміну «організація». Основні організаційні функції. Формування бюджету рекламної діяльності. | <https://buklib.net/books/25277/>  <http://www.al24.ru/pdf_kniga_8293.html> |
| **5.** | Контроль рекламної діяльності | Поняття, рівні і види контролю рекламної діяльності. Тактичний контроль реклами. Стратегічний внутріфірмовий контроль. | <https://buklib.net/books/25277/>  <http://www.al24.ru/pdf_kniga_8293.html> |
| **САМОСТІЙНА РОБОТА** | | | |
| **1.** | Позиціонування та визначення цілей реклами | Функції цілей. Оперативні цілі. Динаміка поведінки в якості рекламних цілей. Множинні цілі. Стратегії позиціонування. Визначення стратегії позиціонування. Прийняття рішення про позиціонування. | <https://buklib.net/books/24491/>  <http://www.al24.ru/pdf_kniga_8293.html> |
| **2.** | Планування рекламної діяльності | Переваги маркетингового планування.  Ситуаційний аналіз. Основні напрями ситуаційного аналізу. Рекламний план. | <http://elib.hduht.edu.ua/jspui/handle/123456789/958>  <http://www.al24.ru/pdf_kniga_8293.html> |
| **3.** | Медіа-планування | Основні поняття і етапи медіапланування. Показники оцінки медіаносіїв. Основні вимоги і підходи до розробки медіаплану. Вибір медіаносіїв. | <https://buklib.net/books/26336/>  <http://www.al24.ru/pdf_kniga_8293.html> |
| **4.** | Розробка рекламного звернення | Зміст рекламного звернення. Форма рекламного звернення. Структура рекламного звернення.  Особливості розробки рекламного звернення на різних носіях реклами. | <https://library.bntu.by/en/node/2881>  <https://buklib.net/books/25947/>  <http://www.al24.ru/pdf_kniga_8293.html> |
| **5.** | Рекламна кампанія | Основні підходи до проведення рекламної кампанії відомих діячів рекламного бізнесу Д.Огілві, Г.Картера та ін. | <https://buklib.net/books/26138/>  <http://www.al24.ru/pdf_kniga_8293.html> |
| **6.** | Організація рекламної діяльності | Основні організаційні функції. Типи суб’єктів рекламної діяльності. Організаційні форми рекламної діяльності на підприємствах АПК. | <https://buklib.net/books/25277/>  <http://www.al24.ru/pdf_kniga_8293.html> |
| **7.** | Рекламні агенції | Переваги і недоліки формування власної рекламної агенції та користування послугами незалежної рекламної агенції. Організаційна структура вітчизняних і зарубіжних рекламних агенцій. | <https://buklib.net/books/25818/> |
| **8.** | Міжнародний рекламний менеджмент | Труднощі в організації рекламної кампанії на міжнародному ринку. Основні фактори внутрішньонаціонального характеру впливу на рекламу. Мовні обмеження. Міжнародний рекламний комунікативний процес. | <http://rua.pp.ua/mejdunarodnyiy-reklamnyiy-menedjment.html>  <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwi1uLC38r3oAhURHHcKHcIpAzMQFjABegQIBhAB&url=https%3A%2F%2Fela.kpi.ua%2Fbitstream%2F123456789%2F31177%2F1%2FReklam_menedzh_2018.pdf&usg=AOvVaw0Xt8PNAR9yqBmr7t5dj6go>  <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&ved=2ahUKEwiv5cCg9b3oAhUCBhAIHUIPBHMQFjAJegQICBAB&url=http%3A%2F%2Fmaup.com.ua%2Fassets%2Ffiles%2Flib%2Fbook%2Freklama.pdf&usg=AOvVaw1FRWs30dlCRN86XNpfoNBD> |
| **9.** | Політична реклама та її особливості | Види політичної реклами в друкованих ЗМІ. Вимоги до текстів політичної реклами. Політична реклама в аудіовізуальних (електронних) ЗМІ та її види. | <https://library.if.ua/book/126/8284.html>  <https://leosvit.com/srv/rkamp/politychna-reklama>  <https://library.bntu.by/en/node/2881> |
| **10.** | Контроль рекламної діяльності | Регулювання рекламної діяльності (споживачі, громадськість, держава). Прогнозування результатів і контролювання проведення рекламної кампанії. | <https://buklib.net/books/25277/>  <http://www.al24.ru/pdf_kniga_8293.html> |