



# РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

## МЕТА

Формування у студентів знань щодо системи рекламного менеджменту у контексті міжнародного досвіду та вітчизняної практики, а саме надання знань з теорії реклами; формування теоретичних знань і практичних навичок в організації і проведенні рекламних кампаній на підприємствах, що функціонують в умовах розвинених ринкових відносин; надання знань щодо створення рекламних звернень, організації рекламної діяльності, оцінки ефективності реклами

## ТЕМАТИКА

1. Сутність і сфера рекламного менеджменту
2. Класифікація реклами
3. Психологічні основи рекламного менеджменту
4. Дослідження рекламного ринку
5. Координація діяльності суб'єктів рекламного бізнесу
6. Планування рекламних кампаній
7. Управління розробленням рекламної ідеї
8. Медіапланування
9. Управління корпоративною репутацією
10. Оцінювання ефективності рекламної діяльності підприємства