

ЗМІСТ

Передмова	3
ЧАСТИНА I. ОСНОВИ РЕКЛАМНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА	5
Розділ 1. Рекламний менеджмент у системі менеджменту підприємств ...	5
1.1. Роль і значення рекламного менеджменту як науки і навчальної дисципліни.....	5
1.2. Історичні етапи розвитку реклами.....	10
1.3. Становлення і розвиток рекламного менеджменту в Україні	14
Резюме	20
Контрольні питання	22
Тести для самоконтролю.....	23
Розділ 2. Сутність і функції реклами в системі менеджменту	26
2.1. Класифікація реклами.....	26
2.2. Роль і функції реклами	39
2.3. Закони реклами. Консолідований кодекс МТП практики реклами та маркетингових комунікацій. Закон України «Про рекламу»	44
Резюме	47
Контрольні питання	48
Тести для самоконтролю.....	49
ЧАСТИНА II. РЕКЛАМНІ КОМУНІКАЦІЇ	52
Розділ 3. Процес рекламної комунікації	52
3.1. Напрями й мета рекламної комунікації	52
3.2. Процес рекламної комунікації.....	59
Резюме	64
Контрольні питання	65
Тести для самоконтролю.....	66
Розділ 4. Канали поширення рекламних повідомлень	69
4.1. Канали поширення рекламних повідомлень та вибір їх	69
4.2. Медійно-комунікаційний ринок України	75
Резюме	76
Контрольні питання	77
Тести для самоконтролю.....	77

Розділ 5. Основні засоби поширення реклами.....	81
5.1. Реклама в пресі	81
5.2. Реклама на телебаченні	95
5.3. Реклама на радіо	97
5.4. Зовнішня реклама	107
5.5. Виставки та ярмарки.....	109
5.6. «Дірект мейл» (пряме поштове розсилання).....	114
5.7. Реклама на місці продажу	116
5.8. Реклама на транспорті.....	126
5.9. Реклама в Internet	128
5.10. Сувенірна реклама.....	134
5.11. Product placement	137
Резюме	141
Контрольні питання	143
Тести для самоконтролю.....	143
Розділ 6. Рекламне звернення: його зміст і структура.....	147
6.1. Рекламне звернення як інструмент досягнення мети рекламної діяльності.....	147
6.2. Процес створення рекламного звернення	153
6.3. Створення рекламних заголовків.....	157
6.4. Психологічні аспекти процесу сприйняття рекламного звернення.....	166
Резюме	171
Контрольні питання	173
Тести для самоконтролю.....	174
ЧАСТИНА III. СИСТЕМА РЕКЛАМНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА.....	177
Розділ 7. Рекламне дослідження ринку	177
7.1. Система рекламного менеджменту підприємства: сутність, основні складові та функції	177
7.2. Рекламне дослідження ринку: сутність, мета, напрями	181
7.3. Процес рекламного дослідження.....	187
7.4. Методи вимірювання охоплення цільової аудиторії.....	196
Резюме	200
Контрольні питання	202
Тести для самоконтролю.....	202
Розділ 8. Планування рекламної діяльності	206
8.1. План рекламної діяльності	206
8.2. Основні поняття та етапи медіапланування.....	217

8.3. Стратегічне планування в рекламі.....	232
8.4. Стратегія реклами: сутність та процес розроблення	237
8.5. Розроблення рекламного бюджету	245
Резюме	258
Контрольні питання	260
Тести для самоконтролю.....	260
Розділ 9. Організація рекламної діяльності підприємства	264
9.1. Система організації рекламної діяльності.....	264
9.2. Організація рекламної діяльності підприємства	266
9.3. Організація рекламних кампаній	276
9.4. Поняття про рекламне агентство, його завдання і функції	287
9.5. Види рекламних агентств.....	296
Резюме	301
Контрольні питання.....	302
Тести для самоконтролю.....	303
Розділ 10. Контроль рекламної діяльності	306
10.1. Контроль рекламної діяльності: сутність, мета, етапи.....	306
10.2. Процес контролю рекламної діяльності	312
Резюме	317
Контрольні питання	318
Тести для самоконтролю.....	318
Розділ 11. Оцінювання ефективності рекламної діяльності	322
11.1. Етапи оцінювання ефективності реклами	322
11.2. Економічна ефективність рекламної діяльності.....	329
11.3. Комунікативна ефективність рекламної діяльності.....	335
11.4. Формування ефективної реклами	338
Резюме	346
Контрольні запитання	347
Тести для самоконтролю.....	347
Бібліографія.....	351
Предметний покажчик	358
Іменний покажчик	363
Додатки	364