РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Метою курсу є формування у здобувачів вищої освіти теоретичних знань та практичних навичок щодо використання основ рекламного менеджменту, вивчення основних напрямків рекламної діяльності підприємства, техніки здійснення рекламування певного товару; набуття вмінь організації рекламних кампаній та аналізу ефективності витрат на рекламу.



Аракелова Інна Олександрівна
к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу та туризму МДУ

Змістовні модулі:

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи рекламного менеджменту в умовах ринкової економіки
Змістовий модуль 2. Методичні основи організації рекламного процесу
Змістовий модуль 2. Процес розробки ефективної рекламної кампанії фірми

Результати навчання:

-розкрити сутність рекламного менеджменту, ознайомити з нормами, правилами та законодавчим забезпеченням рекламної діяльності за кордоном і законодавчою базою рекламної діяльності в Україні;
- розкрити основні класифікаційні ознак реклами, поняття корпоративної і класичної реклами;
- сформувати уявлення про механізм психологічного впливу реклами на її споживача та психологію споживчої мотивації поводження покупця;
- вивчити особливості розробки плану та бюджету рекламної діяльності рекламодавця;
- ознайомити здобувачів із загальними положеннями про планування рекламної кампанії та контролювання її результатів.

Семестр: 3 Форма контролю: залік
Кількість годин\кредитів: 180\6

Кафедра маркетингу та туризму