|  |
| --- |
| **Тема 5. Класифікація реклами**1. Локальна, регіональна, загальнонаціональна, міжнародна реклама
2. Реклама-інформація, реклама-переконання, реклама-нагадування, імідж-реклама.
3. Медійна реклама: загальна характеристика.
4. Телевізійна реклама: форми та жанри
	* 1. пряма телерекламу,
		2. спонсорство телепрограм,
		3. інтеграція реклами в телепрограми (продакт-плейсмент),
		4. накладення реклами поверх кадру («рядок, що біжить», банери, пропозиція SMS-інтерактиву)
		5. рекламне оголошення, рекламний ролик, рекламна передача (фільм).
5. Радіореклама: форми та жанри
	* 1. пряма радіореклама (рекламні повідомлення у рекламних блоках),
		2. спонсорство,
		3. інтеграція реклами в радіопрограму,
		4. рекламне радіооголошення, рекламний ролик, радіожурнал.
6. Інтернет-реклама
	* 1. Контекстна реклама,
		2. Тизерна реклама,
		3. Банерна реклама,
		4. Відеореклама
		5. Реклама в соцмережах
		6. Партнерський маркетинг
		7. SEO (search engine optimization)
		8. Безкоштовна реклама в інтернеті
7. Види та жанри реклами у пресі
	* 1. Модульна реклама,
		2. Рубрична реклама,
		3. Текстова реклама
		4. Інформаційні жанри (замітка (події, анонс, анотація, міні-рецензія), інтерв'ю),
		5. Аналітичні жанри,
		6. Художньо-публіцистичні жанри (описові та сюжетні нариси)
8. Немедійні види реклами:
	* 1. пряма (поштова розсилка, реклама по телефону, реклама за допомогою особистого контакту),
		2. друкована (рекламний каталог, рекламний проспект, рекламний буклет, рекламна листівка, рекламний плакат),
		3. сувенірна реклама,
		4. реклама в місцях продажу,
		5. рекламні заходи
9. Зовнішня, внутрішня, транзитна реклама
10. Реклама за характером взаємодії
	* 1. Позиційна реклама,
		2. Реклама масованої дії,
		3. Стимулююча реклама,
		4. Порівняльна реклама
		5. Імітуюча реклама
11. Соціальна реклама, політична реклама, комерційна реклама, релігійна реклама, публічна реклама, територіальна реклама, особистісна реклама: загальна характеристика.
 |
| **Тема 6. Рекламний менеджмент**1. Управління рекламними агентствами
2. Планування реклами та прийняття управлінських рішень.
	* 1. Управління рекламною діяльністю на підприємствах.
		2. Планування рекламних кампаній та бюджетів на їх проведення.
			1. Методи визначення бюджету рекламної кампанії.
			2. Процедура планування бюджету рекламної кампанії
		3. Особливості планування рекламної кампанії підприємства з використанням зовнішньої реклами.
3. Підходи до формування цілей, функцій та задач реклами.
	* 1. Сегментація та позиціонування в рекламі
		2. Необхідність проведення сегментації у галузі реклами.
		3. Сутність та процедура сегментації ринку. Особливості рекламного ринку.
		4. Важливість та особливості психографічної сегментації в рекламі.
		5. Стратегії вибору цільових ринків та їх зв'язок з рекламними кампаніями.
		6. Позиціонування в рекламному менеджменті.
4. Вимірювання реакції споживачів на рекламу.
 |