**Тема «Рекламний менеджмент»**

1. Структура ринку рекламних послуг.
2. Правове регулювання рекламної діяльності.
3. «Закон України про рекламу»: основні принципи рекламної діяльності, специфіка регулювання рекламної діяльності.
4. Етичні засади рекламної діяльності.
5. 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.
6. 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.
7. Вимірювання реакції споживачів на рекламу.

Література

* Діброва Т. Г. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник / Т. Г. Діброва, С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с. <https://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf>
* Рекламний менеджмент: підручник / Укладачі: к.е.н.,професорЛуцій О.П.,д.е.н., професор Ларіна Я.С.,д.е.н., професор Забуранна Л.В. <https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u194/pidruchnik_nubip_reklamniy_menedzhment.pdf>
* ЗАКОН УКРАЇНИ Про рекламу. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 39, ст. 181. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>