

## **Розширений план лекцій**

**З ДИСЦИПЛІНИ «РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**  
**лекційних годин – 30**  
**Викладач – Окландер Т.О.**

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1**

**Тема 1.** Сутність рекламного менеджменту  
**Лекція 1.** Сутність рекламного менеджменту

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2**

**Тема 2.** Рекламні агентства і креативні групи  
**Лекція 2.** Рекламні агентства і креативні групи

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3**

**Тема 3.** Класифікація реклами Міжнародної асоціації реклами  
**Лекція 3.** Класифікація реклами Міжнародної асоціації реклами

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4**

**Тема 4.** Носії реклами  
**Лекція 4.** Носії реклами

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5**

**Тема 5.** Специфіка рекламування на різних носіях  
**Лекція 5.** Рекламування на виставках  
**Лекція 6.** Рекламування на телебаченні  
**Лекція 7.** Рекламування в друкованих ЗМІ

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6**

**Тема 6.** Рекламування у точках продажу  
**Лекція 8.** Рекламування у точках продажу

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 7**

**Тема 7.** Організація рекламної діяльності  
**Лекція 9.** Організація рекламної діяльності

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 8**

**Тема 8.** Планування рекламної діяльності  
**Лекція 10.** Планування рекламної кампанії

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 9**

**Тема 9.** Рекламне дослідження ринку  
**Лекція 11.** Рекламне дослідження ринку

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 10**

**Тема 10.** Методи сегментування і позиціонування  
**Лекція 12.** Метод сегментації і позиціонування

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 11**

**Тема 11.** Психологічні засади рекламного менеджменту  
**Лекція 13.** Внутрішні чинники психологічного характеру

**Лекція 14.** Оцінка відчуттів споживача до торгової марки, її іміджу й індивідуальності

## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 12

**Тема 12.** Контроль результатів рекламної кампанії

**Лекція 15.** Контроль результатів рекламної кампанії