

ПРОГРАМОВІ ВИМОГИ З ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКЛАМНОЇ АГЕНЦІЇ

1. Поняття і визначення «рекламна агенція».
2. Основні задачі рекламної комунікації.
3. Етика психологія роботи рекламної агенції.
4. Психологічний аспект ефективного спілкування в рекламі.
5. Етапи та методика формування рекламної кампанії.
6. Стратегія й тактика рекламної кампанії.
7. Бюджет: види, принципи та засади формування.
8. Види медіапланування.
9. Медіаплан та його складові. Компоненти медіаплану.
10. Законодавче забезпечення рекламної діяльності.
11. Документація рекламної агенції.
12. Обов'язки менеджера з реклами.
13. Аналіз діяльності компанії.
14. Мета, завдання, специфіка формування рекламних концепцій.
15. Базові документи реклами: види та складові.
16. Організація та проведення виставкової діяльності, прес-конференції, презентації, семінарів-тренінгів, клубних вечорів (party), конференцій та конкурсів в рамках діяльності рекламних агенцій..
17. ЗМІ як засіб виходу на цільову аудиторію: телебачення, радіо, преса та Інтернет як канали рекламного впливу. Особливості роботи рекламних із ЗМІ.
18. Організації рекламодавця.
19. Організації рекламних агенств.
20. Рекламний бюджет, методи його визначення.
21. Структура рекламної агенції.
22. Обумовлення появи нових рекламних спеціальностей.
23. Рекламні професії: специфіка, проблематика, перспективи.
24. Вимоги до спеціалістів з реклами. Особливості праці.
25. Засади та принципи організації рекламної діяльності.
26. Посадові обов'язки фахівців рекламної діяльності.

27. Основні задачі рекламної агенції.
28. Практика залучення клієнтів до рекламної агенції.
29. Етика спілкування рекламістів: внутрішня та зовнішня.
30. Психологічний аспект ефективного спілкування в рекламі. Взаємовідносини між суб'єктами рекламної комунікації. Види взаємовідносин в рекламній комунікації.
31. Технологія управних переговорів: методи переконання й фактори впливу.
32. Мета, принципи та засади функціонування рекламної агенції.
33. Основні задачі рекламної агенції.
34. Шляхи підвищення ефективності роботи рекламної агенції.
35. Специфіка та функції рекламної агенції.
36. Методики та етика роботи з клієнтами.
37. Відкрита та прихована реклама.
38. Послуги рекламних агенцій.
39. Співробітництво рекламних агенцій із ЗМІ.
40. Правила підготовки рекламно-сувенірної продукції (буклети, флаєри, листівки та ін.).
41. Етапи та методика формування рекламної кампанії. Складові рекламного планування.
42. Рекламний аудит: мета, процес, методика проведення. Методи комунікативного аналізу.
43. Стратегія рекламної кампанії.
44. Тактика рекламної кампанії.
45. Етика підготовки рекламних матеріалів для ЗМІ.
46. Етика підготовки рекламних пропозицій для рекламодавців.
47. Механізми розміщення рекламних матеріалів в ЗМІ
48. Поняття, рівні й види контролю рекламної діяльності.