

## **Програмові вимоги для підсумкового контролю з дисципліни «організація рекламної кампанії»**

### **Тема 1. Теоретичні принципи організації рекламної кампанії.**

1. Рекламна кампанія.
2. Види рекламної кампанії.
3. Теоретичні принципи організації рекламної кампанії.

### **Тема 2. Загальні цілі і стратегія рекламної кампанії.**

4. Процес розробки рекламних кампаній.
5. Загальні цілі і стратегія рекламної кампанії.

### **Тема 3. Планування рекламної кампанії.**

6. Аналіз ЦА
7. Аналіз конкурентного середовища
8. SWOT-аналіз
9. Носії реклами.
10. Канали поширення реклами

### **Тема 4. Маркетингова класифікація реклами**

11. Пряма реклама
12. Іміджева реклама
13. Вірусна реклама

### **Тема 5. Моделі проведення рекламної кампанії.**

14. Висхідна рекламна кампанія
15. Низхідна рекламна кампанія

### **Тема 6. Розробка рекламного бюджету.**

16. Планування рекламного бюджету.
17. Аналітичний і неаналітичний підходи визначення бюджету реклами.

### **Тема 7. Оцінка ефективності рекламної кампанії.**

18. Претест.
19. Об'єктивні й суб'єктивні методи претесту. Пост-тест або контроль успіху.
20. Контроль ефекту реклами шляхом вимірів зміни обсягів збуту, долі ринку, успіху розподілу.