

Л. В. Балабанова, Л. О. Юзик

# РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

ПІДРУЧНИК



520  
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ  
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ ІМЕНІ  
МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО  
ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ  
КАФЕДРА МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

059.113/075



ШКОЛА  
МАРКЕТИНГОВОГО  
МЕНЕДЖМЕНТУ

Л. В. Балабанова, Л. О. Юзик

# РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

ПІДРУЧНИК

*Затверджено*

*Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України  
як підручник для студентів вищих навчальних закладів*

Київ  
«Центр учбової літератури»  
2021

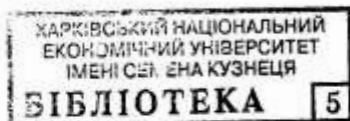
УДК 659.1(075.8)  
ББК 65.422я73  
Б 20

*Гриф надано  
Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України  
(Лист № 1/11-4607 від 01.06.2010 р.)*

**Рецензенти:**

**Фролова Л. В.** — доктор економічних наук, професор;

**Чернега О. Б.** — доктор економічних наук, професор.



785666

**Балабанова Л. В.** Рекламний менеджмент [текст]: підручн. / Л. В.  
Балабанова, Л. О. Юзик. – К.: Центр учбової літератури, 2021. - 392 с.

ISBN 978-611-01-0987-1

У підручнику розкрито становлення та розвиток рекламного менеджменту, сутність і функції реклами; наведено характеристику процесу рекламної комунікації, каналів розповсюдження рекламних повідомлень; основних засобів розповсюдження реклами; рекламного звернення; розкрито особливості рекламних досліджень ринку; планування рекламної діяльності; організації рекламної діяльності підприємства; контроль рекламної діяльності; оцінка ефективності рекламної діяльності.

Особливу увагу приділено таким найбільш важливим аспектам рекламного менеджменту, як: планування, організація, контроль рекламної діяльності, оцінка ефективності рекламної діяльності.

Для підготовки студентів та магістрантів з напрямку: 0502 "Менеджмент", для репідготовки керівників та спеціалістів підприємств.

УДК 659.1(075.8)  
ББК 65.422я73

ISBN 978-611-01-0987-1

© Балабанова Л. В., Юзик Л. О., 2021.  
© Центр учбової літератури, 2021.

## ЗМІСТ

Передмова .....	3
<b>ЧАСТИНА I. ОСНОВИ РЕКЛАМНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА .....</b>	<b>5</b>
<b>Розділ 1. Рекламний менеджмент у системі менеджменту підприємства.....</b>	<b>5</b>
1.1. Роль і значення рекламного менеджменту як науки і навчальної дисципліни.....	5
1.2. Історичні етапи розвитку реклами.....	10
1.3. Становлення і розвиток рекламного менеджменту в Україні .....	14
Резюме .....	20
Контрольні питання .....	22
Тести для самоконтролю.....	23
<b>Розділ 2. Сутність і функції реклами в системі менеджменту .....</b>	<b>26</b>
2.1. Класифікація реклами.....	26
2.2. Роль і функції реклами .....	39
2.3. Закони реклами. Консолідований кодекс МТП практики реклами та маркетингових комунікацій. Закон України «Про рекламу».....	44
Резюме .....	47
Контрольні питання .....	48
Тести для самоконтролю.....	49
<b>ЧАСТИНА II. РЕКЛАМНІ КОМУНІКАЦІЇ .....</b>	<b>52</b>
<b>Розділ 3. Процес рекламної комунікації .....</b>	<b>52</b>
3.1. Напрями й мета рекламної комунікації .....	52
3.2. Процес рекламної комунікації.....	59
Резюме .....	64
Контрольні питання .....	65
Тести для самоконтролю.....	66
<b>Розділ 4. Канали поширення рекламних повідомлень .....</b>	<b>69</b>
4.1. Канали поширення рекламних повідомлень та вибір їх .....	69
4.2. Медійно-комунікаційний ринок України .....	75
Резюме .....	76
Контрольні питання .....	77
Тести для самоконтролю.....	77

<b>Розділ 5. Основні засоби поширення реклами.....</b>	<b>81</b>
5.1. Реклама в пресі .....	81
5.2. Реклама на телебаченні.....	95
5.3. Реклама на радіо.....	97
5.4. Зовнішня реклама.....	107
5.5. Виставки та ярмарки.....	109
5.6. «Дірект мейл» (пряме поштове розсилання).....	114
5.7. Реклама на місці продажу.....	116
5.8. Реклама на транспорті.....	126
5.9. Реклама в Internet.....	128
5.10. Сувенірна реклама.....	134
5.11. Product placement .....	137
Резюме.....	141
Контрольні питання .....	143
Тести для самоконтролю.....	143
<b>Розділ 6. Рекламне звернення: його зміст і структура.....</b>	<b>147</b>
6.1. Рекламне звернення як інструмент досягнення мети рекламної діяльності.....	147
6.2. Процес створення рекламного звернення .....	153
6.3. Створення рекламних заголовків.....	157
6.4. Психологічні аспекти процесу сприйняття рекламного звернення.....	166
Резюме .....	171
Контрольні питання .....	173
Тести для самоконтролю.....	174
<b>ЧАСТИНА III. СИСТЕМА РЕКЛАМНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>177</b>
<b>Розділ 7. Рекламне дослідження ринку .....</b>	<b>177</b>
7.1. Система рекламного менеджменту підприємства: сутність, основні складові та функції .....	177
7.2. Рекламне дослідження ринку: сутність, мета, напрями .....	181
7.3. Процес рекламного дослідження.....	187
7.4. Методи вимірювання охоплення цільової аудиторії.....	196
Резюме .....	200
Контрольні питання .....	202
Тести для самоконтролю.....	202
<b>Розділ 8. Планування рекламної діяльності .....</b>	<b>206</b>
8.1. План рекламної діяльності .....	206
8.2. Основні поняття та етапи медіапланування.....	217

8.3. Стратегічне планування в рекламі.....	232
8.4. Стратегія реклами: сутність та процес розроблення .....	237
8.5. Розроблення рекламного бюджету .....	245
Резюме .....	258
Контрольні питання .....	260
Тести для самоконтролю.....	260
<b>Розділ 9. Організація рекламної діяльності підприємства .....</b>	<b>264</b>
9.1. Система організації рекламної діяльності.....	264
9.2. Організація рекламної діяльності підприємства .....	266
9.3. Організація рекламних кампаній .....	276
9.4. Поняття про рекламне агентство, його завдання і функції .....	287
9.5. Види рекламних агентств.....	296
Резюме .....	301
Контрольні питання.....	302
Тести для самоконтролю.....	303
<b>Розділ 10. Контроль рекламної діяльності .....</b>	<b>306</b>
10.1. Контроль рекламної діяльності: сутність, мета, етапи.....	306
10.2. Процес контролю рекламної діяльності .....	312
Резюме .....	317
Контрольні питання .....	318
Тести для самоконтролю.....	318
<b>Розділ 11. Оцінювання ефективності рекламної діяльності .....</b>	<b>322</b>
11.1. Етапи оцінювання ефективності реклами .....	322
11.2. Економічна ефективність рекламної діяльності.....	329
11.3. Комунікативна ефективність рекламної діяльності.....	335
11.4. Формування ефективної реклами .....	338
Резюме .....	346
Контрольні запитання .....	347
Тести для самоконтролю.....	347
<b>Бібліографія.....</b>	<b>351</b>
<b>Предметний покажчик .....</b>	<b>358</b>
<b>Іменний покажчик .....</b>	<b>363</b>
<b>Додатки .....</b>	<b>364</b>