

«РЕКЛАМА ТА РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ»

Предметом вивчення навчальної дисципліни є аналіз процесів та заходів проведення рекламної кампанії підприємств для стимулювання збуту їх продукції.

Метою викладання навчальної дисципліни «Реклама і рекламна діяльність АП» є: навчити спеціаліста чітко орієнтуватись в ринковому середовищі у виборі напрямку діяльності підприємства і виробництва конкурентоспроможної продукції, розкрити основні принципи рекламної діяльності, надати розуміння рекламної діяльності в умовах ринку.

Сучасна реклама:

повідомляє потенційним покупцям про можливість покупки того чи іншого товару
допомагає якомога доцільніше здійснювати покупки

інформує про якість, ціну, та способи використання та інші характеристики товару, які покупці хочуть знати

Реклама – неособиста комерційна форма розповсюдження інформації про властивості корисних і потрібних споживачам товарів і послуг.

Існує лише один шлях успішного рекламування будь-якого продукту – знайти, чим він кращий від інших і перетворити в капітал перевищення цих відмін.

Завдання вивчення дисципліни:

- висвітлення теоретико-методологічних та соціально-економічних аспектів реклами;
- формування у студентів практичних навичок і вмінь щодо управління рекламною діяльністю та регулювання відносин у цій сфері;
- вивчення основних категорій і термінів, що використовуються в рекламі;
- оволодіння методами вивчення рекламної справи;
- здобуття навичок визначати показники ефективності реклами;
- з'ясування механізму виявлення і використання передового досвіду щодо забезпечення зростання ефективності реклами та прогресивних методів організації реклами у країні та за кордоном.

У результаті вивчення дисципліни «Реклама та рекламна діяльність аграрних підприємств» Ви будете знати :

Рекламне агентство та його роль в організації рекламної діяльності.

Види контролю. Основні елементи контролю та його цілі. Рівні та методи контролю. Методи зовнішнього регулювання рекламної діяльності.

Кодекси рекламної етики: історія укладання, специфіка змісту й побутування в різних країнах, зв'язок із чинним законодавством. Українська традиція рекламної етики.

Поняття, сутність і сферу застосування рекламного звернення. Поетапну розробку рекламного звернення

Зміст та значення реклами. Основні підходи до поняття реклами. Роль і функції реклами. Принципи та класифікація реклами.

**Поняття рекламної кампанії. Типологія РК (External- та Internal- кампанії).
Етапи рекламної кампанії**

Стереотипи сприйняття кольору; асоціації: підсвідомий і свідомий рівні; символічне сприйняття кольору різними національностями та демографічними групами. Фізіологічний вплив кольору на людину.

Вивчивши дисципліну ви будите вміти:

- 1. Проводити аналіз маркетингових ситуацій**
- 2. Визначати цілі реклами**
- 3. Розробляти рекламні стратегії**
- 4. Проводити ідентифікацію цільової аудиторії**
- 5. Правильно вибирати засоби поширення реклами**
- 6. Розробляти рекламне звернення**
- 7. Формувати рекламний бюджет**
- 8. Проводити оцінку ефективності реклами**

Зміст лекційного курсу:

Тема 1. Реклама в системі маркетингу

Тема 2. Розробка рекламного звернення

Тема 3. Рекламні дослідження

Тема 4. Планування рекламної діяльності

Тема 5. Організація рекламної діяльності

Тема 6. Контроль рекламної діяльності

Цікаво???

**Тоді чекаємо Вас в рядах слухачів
дисципліни «Реклама та рекламна
діяльність аграрних підприємств»!**