**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**“ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ”**

**ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

**з дисципліни**

**«Практикум соціологічного супроводу рекламної діяльності та маркетингових досліджень»**

**ХАРКІВ-2016**

# Питання до самостійної роботи за курсом «Практикум соціологічного супроводу рекламної діяльності та маркетингових досліджень»

***Модуль №1.******Теортичні та прікладні основи рекламної діяльності***

***Основні поняття рекламної діяльності***

1. Виникнення й еволюція рекламної діяльності
2. Специфіка рекламного менеджменту.
3. Загальні і специфічні функції рекламної діяльності.

***Інформаційне забезпечення реклами***

1. Підсистеми маркетингової системи інформації
2. Основні вимоги до організації інформаційного забезпечення реклами.
3. Види інформації по забезпеченню управління рекламою

***Дослідження в рекламі***

1. Завдання рекламны досліджень.
2. Методи отримання інформації і їх особливості.
3. Етапи процесу рекламного дослідження

***Планування рекламної діяльності фірми***

1. Компоненти організації рекламної діяльності підприємства.
2. Принципи побудови оргструктур рекламного відділу.
3. Розподіл завдань, прав та обов' язків і системі рекламного відділу а підприємстві

***Модуль 2. Організація та проведення рекламної кампанії***

***Рекламна стратегія і її розробка***.

1. Цільова аудиторія реклами
2. Вплив концепції товару на вибір рекламної стратегії.

ЗМІ як канали рекламних комунікацій

***Організація і рекламодавець***

1. Цільова аудиторія реклами
2. Вплив концепції товару на вибір рекламної стратегії.
3. ЗМІ як канали рекламних комунікацій»

***Рекламний бюджет***

1. Рекламний бюджет нової товарної категорії, нової марки, сталої марки.
2. Якість витрат на рекламу.
3. Чинники, що визначають розмір рекламного бюджету.

***Рекламне агентство (РА)***

1. Агентство повного циклу послуг.
2. Агентства A la Carte.
3. Медиа-баинговые агентства

***Рекламна кампанія***

1. Способи побудови слогану рекламної кампанії.
2. Етапи рекламної кампанії і їх характеристика.
3. Специфіка української реклами

***Контроль рекламної діяльності***

1. Процедури тестування реклами і їх характеристика.
2. Стратегічний контроль усередині фірми.
3. Комунікативна ефективність реклами