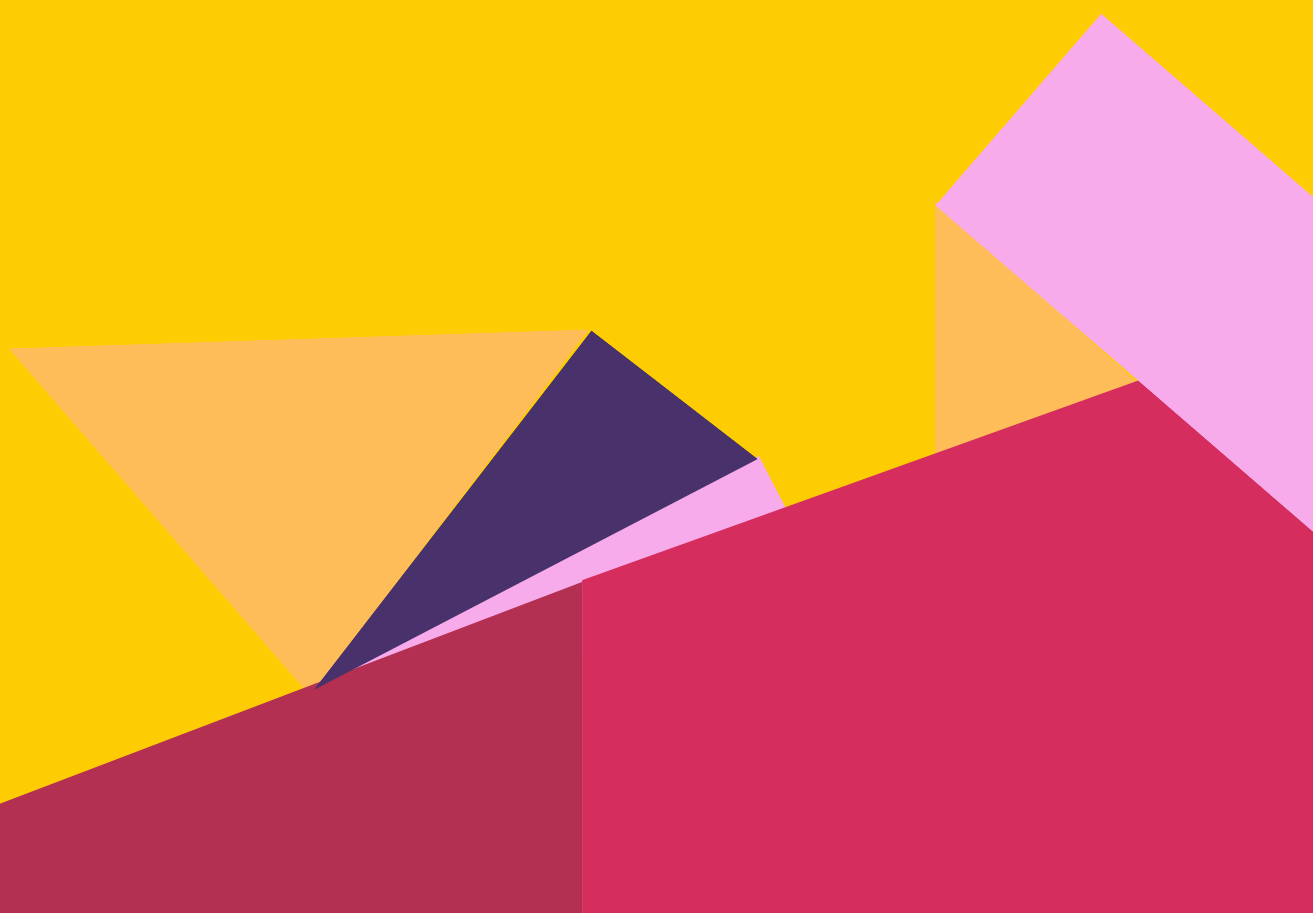


**Віталій Гандзюк
Ірина Одобецька**

РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ



Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського
Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха
Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

Гандзюк В.О., Одобецька І.С.

РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Навчально-методичний посібник для студентів спеціальності
061 Журналістика

Вінниця, 2024

УДК 659.113(075.8)
Г19

Рекомендовано навчально-методичною комісією факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха (протокол № 5 від 15 січня 2024р.)

Рецензенти:

Поплавська Н.М., доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка.

Самборська О.Ю., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри публічно-правових дисциплін, керівник інноваційно-дослідницького центру «Бізнес-парк» Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Упорядники:

Гандзюк Віталій Олександрович – кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю
Одобецька Ірина Сергіївна – асистент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

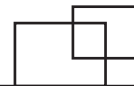
Г19 Гандзюк В.О., Одобецька І.С. Рекламний менеджмент. Навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 061 Журналістика. Одеса: ТакиБук, 2024. 126с.

У навчально-методичному посібнику системно розкрито ключові питання теорії та практики рекламної діяльності. Після теоретичного матеріалу представлені завдання для практичних занять, додатки та глосарій. Додатки містять різноманітні матеріали, що стануть в нагоді під час виконання практичних завдань і самостійної роботи. У глосарії наведено визначення понять, розуміння яких необхідне для успішного засвоєння матеріалу дисциплін «Рекламний менеджмент» та «Теорія і практика рекламної діяльності» та ін.

Посібник розрахований на студентів спеціальності 061 Журналістика.

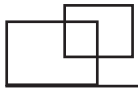
УДК 659.113(075.8)

© Гандзюк В.О., Одобецька І.С.



ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕКЛАМНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	5
ТЕМА 1. Сутність рекламного менеджменту.....	5
ТЕМА 2. Етичні норми та законодавче регулювання рекламного менеджменту.....	18
ТЕМА 3. Психологія сприйняття реклами.....	25
ТЕМА 4. Дизайн реклами.....	49
РОЗДІЛ 2. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РЕКЛАМНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	58
ТЕМА 5. Зовнішня реклама та прес-реклама.....	58
ТЕМА 6. Сценаристика та режисура телевізійної та радіо реклами.....	64
ТЕМА 7. Інтернет реклама.....	75
ТЕМА 8. Рекламний креатив.....	79
ТЕМА 9. Медіапланування.....	88
ТЕМА 10. Реклама – масове мистецтво ХХІ століття.....	97
ДОДАТКИ.....	99
ГЛОСАРІЙ.....	115
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	125



ПЕРЕДМОВА

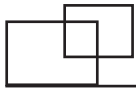
Навчально-методичний посібник «Рекламний менеджмент» є частиною методичного забезпечення навчальних дисциплін «Рекламний менеджмент» та «Теорія і практика рекламної діяльності», що є складниками системи фахової підготовки студентів за спеціальністю 061 Журналістика, ОП «Журналістика», ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю» ступеня вищої освіти бакалавра.

Метою посібника є визначення ролі реклами в системі соціальних комунікацій, засвоєння здобувачами основних засад рекламної діяльності, а також наукового обґрунтування проведення рекламних кампаній і підвищення їх ефективності.

Навчальне видання містить теоретичні матеріали з тем: сутність рекламного менеджменту, етичні норми та правове регулювання рекламної діяльності в Україні та за кордоном, психологія сприйняття реклами, дизайн реклами, зовнішня реклама та прес-реклама, сценаристика та режисура телевізійної та радіореклами, інтернет-реклама, рекламний креатив, медіапланування, реклама – масове мистецтво ХХІ століття.

Міждисциплінарні зв'язки: «Рекламний менеджмент» та «Теорія і практика рекламної діяльності» пов'язані з дисциплінами журналістського циклу та із суміжними дисциплінами гуманітарної підготовки. Вони створюють систему ґрунтовних знань про специфіку функціонування мас-медіа, їхню роль у сучасній суспільній структурі, типи, види й особливості комунікаційної діяльності.

Посібник підготовлений з урахуванням вимог кредитно-трансферної системи організації освітнього процесу в закладах вищої освіти. Навчальний матеріал логічно структуровано: теоретична частина (план і короткий виклад теми) та практична частина (завдання для практичних занять, самостійної роботи), додатки, глосарій, списки рекомендованої літератури та джерел.



Віталій Олександрович ГАНДЗЮК
Ірина Сергіївна ОДОБЕЦЬКА

Рекламний менеджмент
Навчальне видання

Підписано до друку 01.02.2024 р.
Папір офсетний. Друк офсетний.
Формат 64х90/32. Ум.-друк. арк. 7,3
Гарнітура Times New Roman.
Наклад 150 прим. Зам. 14
Друк : ТакиБук
м. Одеса, вул. Інглезі 6/1, офіс 135
mailbox@takibook.od.ua

