

Реклама і рекламна діяльність аграрних підприємств

Реклама - це переконуючий засіб інформації про товар або фірму, комерційна пропаганда споживчих властивостей товару і достоїнств фірми, що готує активного і потенційного покупця до покупки.

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

● **Метою викладання навчальної дисципліни**

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 ринкових умовах .

Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- 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.

Кінцеві знання і вміння дисципліни

ЗНАННЯ:

- - діючі Закони України, Укази Президента, рішення та постанови Верховної Ради України, Кабінету Міністрів, які спрямовані на визначення основних засад рекламної діяльності і її регулювання, правових відносин, що виникають у процесі створення, розповсюдження, одержання рекламних звернень. Чітко уявляти сутність і значення, основні вимоги до реклами.

ВМІННЯ:

- - користуватися літературними джерелами з економіки і маркетингу, менеджменту;
- - визначати вигоду від рекламування товарів;
- - правильно вибирати засоби реклами і канали її розповсюдження .

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