

УДК 659.1(075.8)  
ББК 65.49я73  
П56

**Пономарева А.М.**  
П56 Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности: учеб.-метод. пособие / А.М. Пономарева. — М.: Финансы и статистика, 2014. — 192 с.: ил.

ISBN 978-5-279-03253-2

Рассматриваются реклама как особый вид деятельности, рекламный менеджмент, роль рекламных агентств, вопросы планирования рекламных кампаний, взаимодействие участников рекламной деятельности, контроль и оценка эффективности рекламных кампаний, медиапланирование. В приложениях даны примеры разработки рекламной кампании для конкретного предприятия и оценка эффективности рекламной кампании магазина N.

Для студентов, изучающих дисциплины «Основы рекламы», «Рекламный менеджмент», «Организация и планирование рекламной деятельности», «Маркетинг в рекламе», а также практиков рекламного дела.

УДК 659.1(075.8)  
ББК 65.49я73

ISBN 978-5-279-03253-2

© Пономарева А.М., 2008  
© Издательство «Финансы и статистика», 2014

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|   |     |
|---|-----|
| Глава 1. Реклама как особый вид деятельности.....   | 3   |
| Глава 2. Рекламный менеджмент и его функции .....   | 9   |
| Глава 3. Организация рекламной деятельности<br>рекламодателем .....   | 15  |
| Глава 4. Рекламное агентство и его роль<br>в организации рекламной деятельности .....   | 27  |
| Глава 5. Организация рекламной деятельности СМИ .....   | 41  |
| Глава 6. Организация взаимодействия<br>участников рекламной деятельности .....  | 50  |
| Глава 7. Организация документооборота и его роль<br>в рекламной деятельности .....  | 68  |
| Глава 8. Организация и планирование<br>рекламных кампаний.....  | 107 |
| Глава 9. Медиапланирование как составляющая организации<br>и планирования рекламной деятельности .....  | 128 |
| Глава 10. Контроль и оценка эффективности рекламной<br>деятельности. Рекламные исследования<br>как форма тактического контроля<br>рекламных кампаний..... | 148 |
| Итоговые вопросы .....  | 164 |
| <b>Приложения</b>   |     |
| Приложение 1. Пример разработки рекламной кампании<br>для страховой компании N .....  | 167 |
| Приложение 2. Оценка эффективности рекламной кампании<br>магазина N .....   | 181 |
| Литература .....  | 186 |