

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	5
Тема 1. Сущность, содержание, значение и особенности управления рекламной деятельностью	7
Тема 2. Организация управления рекламной деятельностью рекламодателями	19
Тема 3. Организационная структура управления рекламными организациями	38
Тема 4. Субъекты управления распространением рекламы и их организационная структура	50
Тема 5. Координация и система договорных отношений в рекламной деятельности	55
Тема 6. Система планирования рекламной деятельности ...	69
Тема 7. Методика разработки корпоративного плана рекламы	75
Тема 8. Планирование деятельности рекламных организаций	95

Тема 9. Методика планирования распространения рекламы	122
Тема 10. Управление персоналом в рекламной деятельности	160
Тема 11. Материально-техническое обеспечение рекламной деятельности	169
Тема 12. Методика планирования затрат на рекламу	180
Тема 13. Управление продажами и продвижением рекламной продукции и услуг	195
Тема 14. Анализ, контроль и оценка результативности и эффективности рекламы	202
Тема 15. Анализ и оценка деятельности рекламных организаций	212
Литература	218