

Балабанова Л. В. Рекламний менеджмент, [текст]: підручн. /Л. В. Балабанова, Л. О. Юзик.-К.: Центр учбової літератури, 2013. - 392 с.
ISBN 978-611-01-0396-1

У підручнику розкрито становлення та розвиток рекламного менеджменту, сутність і функції реклами; наведено характеристику процесу рекламної комунікації, каналів розповсюдження рекламних повідомлень; основних засобів розповсюдження реклами; рекламного звернення; розкрито особливості рекламних досліджень ринку; планування рекламної діяльності; організації рекламної діяльності підприємства; контроль рекламної діяльності; оцінка ефективності рекламної діяльності.

Особливу увагу приділено таким найбільш важливим аспектам рекламного менеджменту, як: планування, організація, контроль рекламної діяльності, оцінка ефективності рекламної діяльності.

Для підготовки студентів та магістрантів з напрямку: 0502 "Менеджмент", для перепідготовки керівників та спеціалістів підприємств.