



**Мельникович О. М.**

Організація роботи рекламного та PR-агентства :  
підручник / О. М. Мельникович. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т,  
2023. – 460 с.

ISBN 978-966-918-102-2

DOI: 10.31617/p.knute.2021-119

У підручнику розглянуто теоретичні та практичні основи організації діяльності рекламних та PR-агенцій. Представлено класифікацію цих підприємств за різноманітними класифікаційними ознаками. Подано генезу та еволюцію розвитку рекламного та PR-бізнесу в світі та Україні. Проведено оцінку українського ринку реклами та PR, визначено тенденції його розвитку. Викладено підходи до формування асортименту послуг рекламної та PR-агенції, цін на різноманітні рекламні та PR-продукти. Представлено способи формування оплати послуг рекламного та PR-агентства. Подано етапи управління стосунками з клієнтами рекламних та PR-агентств, особливості проведення та участі підприємств в рекламних та PR-тендерах. Надано підходи щодо впровадження CRM-системи на підприємствах рекламного та PR-бізнесу, способи просування послуг агенцій. Підручник містить багато прикладів з організації роботи українських та зарубіжних підприємств рекламного та PR-бізнесу.

Видання призначено для науковців, викладачів, студентів і рекламної спільноти в агенціях та підприємствах-замовників, а також для тих, хто вивчає питання організації роботи рекламних та PR-агенцій.

**Зам. 119/21**

**Ціна 280,00 грн**

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ</b> .....	8
<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	9
<b>Розділ 1. Генеза та еволюція розвитку рекламного та PR-бізнесу</b> .....	12
1.1. Сутність і функції рекламного та PR-агентства .....	12
1.2. Історія розвитку рекламних агенцій в світі .....	21
1.3. Генеза та еволюція розвитку рекламного та PR-бізнесу в Україні .....	31
<i>Питання для самоперевірки та обговорення</i> .....	46
<i>Ситуаційні вправи</i> .....	46
<i>Тести</i> .....	53
<i>Список рекомендованих джерел</i> .....	56
<b>Розділ 2. Типи рекламних та PR-агенцій</b> .....	58
2.1. Класифікація рекламних та PR-агенцій .....	58
2.2. Віртуальні рекламні та PR-агенції .....	72
<i>Питання для самоперевірки та обговорення</i> .....	75
<i>Тести</i> .....	76
<i>Список рекомендованих джерел</i> .....	80

<b>Розділ 3. Організаційна структура управління рекламною та PR-агенцією</b> .....	81
3.1. Організаційні форми структури управління агенцій .....	81
3.2. Структурні підрозділи агенцій .....	91
3.3. Комплектування агенції персоналом та його мотивація .....	110
<i>Питання для самоперевірки та обговорення</i> .....	124
<i>Ситуаційні вправи</i> .....	125
<i>Тести</i> .....	127
<i>Список рекомендованих джерел</i> .....	132
<b>Розділ 4. Суб'єкти та об'єкти рекламної та PR-діяльності</b> .....	134
4.1. Сутність об'єкта та суб'єктів рекламної та PR-діяльності .....	134
4.2. Основні суб'єкти рекламної та PR-діяльності .....	140
4.3. Допоміжні суб'єкти рекламної та PR-діяльності .....	156
<i>Питання для самоперевірки та обговорення</i> .....	165
<i>Тести</i> .....	166
<i>Список рекомендованих джерел</i> .....	170
<b>Розділ 5. Взаємозв'язки рекламного бізнесу з державними та саморегулюючими організаціями</b> .....	172
5.1. Чинники, що впливають на розвиток рекламного та PR-бізнесу .....	172
5.2. Самоврядувальне регулювання ринку рекламних та PR-послуг громадськими організаціями .....	177
<i>Питання для самоперевірки та обговорення</i> .....	192
<i>Тести</i> .....	193
<i>Список рекомендованих джерел</i> .....	196
<b>Розділ 6. Рекламні та PR-продукти агенцій</b> .....	198
6.1. Сутність рекламних та PR-продуктів .....	198
6.2. Класифікація рекламних та PR-продуктів .....	202
6.3. Методичні засади розроблення та впровадження новітніх рекламних продуктів .....	209
6.4. Асортимент рекламних та PR-продуктів залежно від типу агенції .....	219
<i>Питання для самоперевірки та обговорення</i> .....	224
<i>Тести</i> .....	225
<i>Список рекомендованих джерел</i> .....	228
<b>Розділ 7. Формування ціни на рекламні та PR-продукти</b> .....	229
7.1. Сутність ціноутворення на рекламні та PR-продукти .....	229
7.2. Особливості формування ціни на різноманітні рекламні та PR-продукти агенцій .....	244
7.3. Чинники, що спричиняють зростання цін на рекламні та PR-продукти .....	259
<i>Питання для самоперевірки та обговорення</i> .....	265
<i>Ситуаційні вправи</i> .....	266
<i>Тести</i> .....	268
<i>Список рекомендованих джерел</i> .....	270

<b>Розділ 8. Організація стосунків рекламної та PR-агенції і підприємства-замовника продукту</b> .....	272
8.1. Типи клієнтів рекламної та PR-агенції .....	272
8.2. Сутність та типи брифів .....	301
8.3. Впровадження рекламною та PR-агенцією технології CRM-системи.....	307
8.4. Проблеми, що виникають під час співпраці агенцій з клієнтами.....	315
8.5. Маркетингове інформаційне забезпечення агенцій .....	321
<i>Питання для самоперевірки та обговорення</i> .....	330
<i>Ситуаційні вправи</i> .....	332
<i>Тести</i> .....	338
<i>Список рекомендованих джерел</i> .....	342
<b>Розділ 9. Рекламні та PR-тендери</b> .....	345
9.1. Сутність та мета проведення рекламного та PR-тендера .....	345
9.2. Порядок проведення комерційного тендера .....	347
9.3. Проблеми, з якими стикаються учасники рекламних та PR-тендерів .....	361
<i>Питання для самоперевірки та обговорення</i> .....	366
<i>Ситуаційні вправи</i> .....	367
<i>Тести</i> .....	371
<i>Список рекомендованих джерел</i> .....	373
<b>Розділ 10. Позичювання рекламних та PR-агенцій</b> .....	375
10.1. Особливості позиціювання рекламних та PR-агенцій .....	375
10.2. Позичювання рекламних та PR-агенцій на соціальній відповідальності ....	382
10.3. Процес позиціонування рекламного та PR-агентства.....	387
<i>Питання для самоперевірки та обговорення</i> .....	399
<i>Ситуаційні вправи</i> .....	401
<i>Тести</i> .....	403
<i>Список рекомендованих джерел</i> .....	405
<b>Розділ 11. Маркетингові комунікації рекламних та PR-агенцій</b> .....	407
11.1. Методичні засади застосування агенціями інтегрованих маркетингових комунікацій .....	407
11.2. Рекламні та PR-агенції в мережі Інтернет .....	414
11.3. Просування продуктів рекламних та PR-агенцій в ЗМІ .....	426
11.4. Участь рекламних та PR-агенцій у професійних фестивалях та конкурсах ...	430
<i>Питання для самоперевірки та обговорення</i> .....	440
<i>Ситуаційні вправи</i> .....	441
<i>Тести</i> .....	444
<i>Список рекомендованих джерел</i> .....	449
<b>ДОДАТКИ</b> .....	452