



**Мельникович О.М., Крепак А.С.**

Зовнішня реклама : монографія / О.М. Мельникович, А.С. Крепак. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 220 с.  
ISBN 978-966-629-813-6

Монографія є першою науковою роботою, котра містить комплексний аналіз організаційно-економічних та правових аспектів української зовнішньої реклами і особливостей її застосування на підприємствах торгівлі. Авторами запропоновано визначення понять у сфері управління зовнішньою рекламою, класифікацію відповідних носіїв та зовнішньої реклами підприємств торгівлі за різними класифікаційними ознаками, що були запропоновані, адаптовані та узагальнені ними. У монографії розглянуто теоретичні засади управління зовнішньою рекламою підприємств торгівлі. Проаналізовано стан та тенденції розвитку українського ринку зовнішньої реклами, виявлено його відмітні риси та досліджено проблеми відносин різних суб'єктів цього ринку.

Розроблено модель результативного управління зовнішньою рекламою підприємств торгівлі на основі функцій та запропонованих функціональних принципів управління. Обґрунтовано методичні підходи до визначення мінімально необхідної для досягнення бажаного рівня охоплення аудиторії кількості рекламних площин адресної програми рекламної кампанії та методичні рекомендації щодо вибору стратегії розміщення зовнішньої реклами підприємств торгівлі.

Видання розраховано на науковців, викладачів, студентів та фахівців з маркетингу і реклами підприємств різних галузей, а також тих, хто цікавиться питаннями здійснення зовнішньої рекламної діяльності

Зам. 192/17

Ціна 85,00

## **ЗМІСТ**

Вступ.....	5
1. Сутність та особливості зовнішньої реклами.....	9
2. Методичні засади класифікації носіїв зовнішньої реклами.....	23
3. Еволюція ринку зовнішньої реклами України.....	38
4. Державне та самоврядне регулювання зовнішньої реклами в Україні.....	56
5. Механізм взаємодії суб'єктів ринку зовнішньої реклами.....	75
6. Управління зовнішньою рекламою у роздрібній торгівлі.....	89
7. Аналіз зовнішньої рекламної діяльності підприємств роздрібно торгівлі України.....	120
8. Планування зовнішньої реклами підприємств торгівлі .....	146
Глосарій термінів зовнішньої реклами .....	169
Список використаних джерел .....	180
Додатки.....	199