Зміст

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 Теоретичні аспекти організації рекламної та PR-діяльності підприємства

1.1 Поняття рекламної та PR-діяльності підприємства

1.2 Організація управління рекламною та PR-діяльністю підприємства

1.3 Управління рекламною та PR-діяльністю підприємства під час рекламної кампанії

РОЗДІЛ 2 Аналіз рекламної та PR-діяльності ТОВ «Ферст Клас Ейдженсі»

2.1 Загальна характеристика ТОВ «Ферст Клас Ейдженсі»

2.2 Аналіз системи управління рекламною та PR-діяльністю підприємства

РОЗДІЛ 3 Шляхи вдосконалення організації рекламної та PR-діяльності ТОВ «Ферст Клас Ейдженсі»

3.1 Вдосконалення організаційної структури управління рекламною та PR-діяльністю підприємства

3.2 Вдосконалення рекламної кампанії підприємства

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ