**Рекламна кампанія є** основним інструментом реалізації фірмою своєї рекламної стратегії, одним із елементів тактичного планування рекламної діяльності.

**Рекламна кампанія органічно вміщує в собі всі елементи системи управління рекламною діяльністю:** планування, організацію, контроль і інформаційне забезпечення. У ході проведення рекламної кампанії для досягнення поставленої цілі часто використовуються прийоми і методи інших *форм маркетингових комунікацій:* «паблік рилейшинз», «сейлз промоушн», виставок.

**Тобто:**

- Сейлз - промоушн (від англійського «sale» - продажі, «promotion» - просування) - це просування товару, стимулювання збуту; заохочення праці торгівельних працівників за допомогою премій, подарунків;

- «Паблік рилейшинз» - це постійна неоплачувана система зв’язків із громадськістю, призначена для формування сприятливого ставлення до певного товару або певного підприємства;

- Виставка — це показ (експонування) товарів (послуг), що освоєні чи визначені до виробництва, з метою ознайомлення з ними потенційних покупців чи споживачів.

Товариство з обмеженою відповідальністю **«Newavtomat»**.

**Музикальний термінал**- найсучасніший спосіб легко і швидко закачати музику, відео, фонограми, електронні книги. Спеціальної інструкції не вимагається, всі дії виконуються простим дотиком руки до сенсорного екрану. До того ж клієнт може не турбуватися за погану якість даних, вся інформація передається по захищеному Bluetooth з'єднанню, USВ- шнуру.

1. **Визначення предмета реклами**.

**Реклама** – це будь-яка оплачувана форма неособистого представлення та просування товарів від імені виробника, тобто засіб просування товарів через спрямований вплив на потенційного або факточного споживача за допомогою платних засобів масової інформації.

**Засоби масової інформації** – це газети, журнали, радіо, телебачення та інші засоби, що передбачають інформацію.

**Предметом рекламування завжди є** продукт (виріб, послуга, ідея).