**Анализ предметной области рекламного агентства**

Рекламная компания является предприятием, занимающимся разными категориями рекламирования. Основной задачей является продвижения товаров и услуг заказчика. Через агентство устанавливается контакт с массовой информацией для покупки рекламного места.

Рекламное агентство – это предприятие рекламирования, на котором оказываются услуги размещения на билбордах, призматронах, досках объявлений, крышных установок и вывесок.

У агентства есть аккаунт-отдел, в котором работает аккаунт-менеджеры. Они отвечают на звонки клиентов и консультирует их по вопросам, решают возникшие проблемы. Также они занимаются договорами и оплатой проектов. После связи с клиентом они передают его пожелания остальным отделам.

Отдел стратегического планирования придумывает коммуникацию бренда. Решает, что и кому будет говорить компания, решают каким будет месседж, изучая аудиторию и её запросы и передают его в креативный отдел.

Креативный отдел придумывает идею для воплощения и придают визуальную форму месседжу, который придуман отделом стратегического планирования.

Отдел трафик-менеджмента. У агентства есть трафик-менеджер. Он устанавливает дедлайны на каждом этапе проекта и следит за тем, чтобы работа равномерно распределялась между отделами.

В отделе Продакшн воплощаются идеи в жизнь, этот отдел совместно работает с отделом креативщиков аккаунтов. В данном отделе отвечают за фото и видео, продюссируют съемки и обрабатывают снятый материал.

Рекламное агентство сотрудничает с медийным агентством, которое выбирает подходящие площадки, закупая показы рекламы. Этот отдел планирует размещения на билбордах, призматронах, досках объявлений, крышных установок и вывесок.