

# Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

*Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю*

## ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ з дисципліни «Теорія реклами»

**Курс III (5 семестр)**

**Спеціальність:** 061 Журналістика

**Освітня програма:** 061.00.03 «Видавнича справа та редагування»

**Спеціалізація:** «Реклама та PR у видавничій справі»

**Структура дисципліни, відповідно до навчального плану:**

- «Теорія реклами» (4 кредити);

**Тривалість проведення:** 30 хвилин

**Форма проведення:** тести

**Максимальна кількість балів – 40 балів, а саме:**

### **Критерії оцінювання:**

студентам пропонується виконати 20 тестових завдань закритого типу. Правильна відповідь простого тестового завдання оцінюється 2 балами; Тестові завдання враховують як знання студентів, так вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних задач.

### **Орієнтовний перелік тематичних питань:**

1. Охарактеризувати професію майбутнього фахівця з реклами.
2. Надати основні характеристики соціальної та політичної реклами.
3. Надати основні характеристики комерційної та іміджевої реклами.
4. Охарактеризувати специфіку рекламної діяльності. Роль та функції реклами. Роль реклами в суспільстві.
5. Надати класифікацію реклами за місцем розміщення.
6. Надати класифікацію реклами за цілями.

7. Охарактеризувати специфіку зовнішньої реклами.
8. Охарактеризувати специфіку друкованої реклами.
9. Охарактеризувати специфіку інтернет-реклами.
10. Охарактеризувати специфіку відеореклами.
11. Розкрити поняття цільової аудиторії.
12. Охарактеризувати роль архетипів у рекламі.
13. Охарактеризувати архетипи «Мати» та архетип «Герой».
14. Охарактеризувати архетипи «Батько» та «Володар».
15. Охарактеризувати архетипи «Коханець» та «Маска».
16. Охарактеризувати архетипи «Тінь» та «Маска».
17. Розкрити сутність прийомів в рекламі «Асоціація» та «Цінність продукту»..
18. Розкрити сутність прийомів в рекламі «Гіпербола» та «Контраст».
19. Розкрити сутність прийомів в рекламі «Залякування» та «Контраст».
20. Розкрити сутність прийомів в рекламі «Гіпербола» та «Асоціація».
21. Розкрити сутність прийомів в рекламі «Контраст» та «Думка авторитету».
22. Розкрити сутність прийомів в рекламі «Створення власного світу» та «Гра слів».
23. Розкрити сутність прийомів в рекламі «Рішення проблеми» та «Гіпербола».
24. Розкрити поняття інсайту в рекламі.
25. Охарактеризувати вклад видатних рекламистів у розвиток галузі.

**Екзаменатори**

ст. викладач Шиян В.О

**Завідувач кафедри**

професор Новохатько Л.М.