

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

**ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ
з дисципліни «Основи івентології»**

Курс III (5 семестр)

Спеціальність: 061 Журналістика

Освітня програма: 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Структура дисципліни, відповідно до навчального плану:

- Креативні технології (5 кредитів);
- Класифікація та планування спеціальних заходів (3 кредити)

Форма проведення: екзамен складається з двох частин. Перша частина - тести закритого типу у кількості 30 штук (25 з дисципліни “Креативні технології”, 5 - з дисципліни “Класифікація та планування спеціальних заходів”). Друга частина - презентація креативної концепції проведення заходу за власним проектом. Формат проведення презентації - відеоконференція у Hangs out.

Тривалість проведення:

- тестова частина - 60 хвилин.
- презентація - 15 хвилин на 1 проєкт.

Максимальна кількість балів - 40 балів, а саме:

- Креативні технології (25 балів);
- Класифікація та планування спеціальних заходів (15 балів)

Критерії оцінювання:

У тестовій частині екзамену студент може отримати 1 бал за кожну правильну відповідь.

У практичній частині екзамену оцінюється вміння студентів масштабно і комплексно презентувати концепцію проєкту, деталізувати усі його елементи, обґрунтовувати свій вибір та залучення прийомів для утримання уваги слухачів. У презентації враховуватиметься наявність та якість наочних матеріалів, вміння визначити філософію, тему, ідею та головну проблему проєкту.

Отже, бали за видами екзаменаційних випробувань розподілені таким чином: тести – 30 балів, захист проєкту – 10 балів.

Орієнтований перелік тематичних питань:

Креативні технології

1. Розкрити дослідження креативності в Античній Греції та висвітлити погляди Платона.
2. Розкрити дослідження креативності в Античній Греції та висвітлити погляди Аристотеля.
3. Проаналізувати дослідження креативності Френсиса Гальтона .
4. Опишіть теорію креативності за Чарльзом Спирменом.
5. Які погляди на теорію креативності за Фрейдом.
6. Охарактеризувати факторну теорію інтелекту за Джо Пол Гілфордом.
7. Зазначити погляди Абрахама Маслоу на творчі здібності.
8. Надати та розкрити визначення терміну «креативність».
9. Надати та розкрити визначення терміну «творчість».
10. Виявити творчі постулати Лео Бернетта.
11. Виявити творчі постулати Девіда Огілві.
12. Виявити творчі постулати Клода Хопкінса.
13. Охарактеризувати поняття креативності за Торренсом. Описати тест креативності.
14. Охарактеризувати критерії особистої креативності з точки зору мислення.
15. Визначити риси притаманні креативній особистості, розкрити їх сутність.
16. Яким чином можливий розвиток особистої креативності.
17. Надати визначення та розкрити мету креативного процесу.
18. Надати визначення та розкрити зміст креативної концепції.
19. Описати етапи творчого процесу у рекламних агенціях.
20. Надати визначення брифу та охарактеризувати його різновиди.
21. Визначити основні розділи креативного брифу.
22. Описати результат креативу в рекламі.
23. Розкрити суть колективної креативності за Йозефом Бойсом.
24. Надати опис методу 6-ти капелюхів за Едвардом де Боно.
25. Охарактеризувати метод мозкового штурму за Алексом Озборном.
26. Зазначити етапи методу за Тоні Бьюзеном - майнд меппінг
27. Виявити принципи методу Дельфі
28. Описати метод Уолта Діснея за Робертом Ділтсом.
29. Надати характеристику картам Проппа та пояснити, яким чином використовувати цей метод при пошуку креативних ідей для реклами, PR та створення подій.
30. Розкрити метод фокальних об'єктів за Ф. Кунце, Ч. Вайтінг
31. Описати метод коробок за Твайлою Тарт та визначити необхідну для нього послідовність дій.
32. Охарактеризувати креативні методи Джані Родарі.
33. Розкрити етапи проведення апостеріорного методу оцінки креативних рекламних рішень.
34. Розкрити метод оцінки креативних рекламних кампаній за агентством Leo Burnett 7+Drive.
35. Зазначити та описати помилки та табу для креатора.

Класифікація та планування спеціальних заходів

1. Дайте визначення поняття Event-маркетингу.
2. Опишіть основні завдання, які вирішує Event-маркетинг.
3. Проаналізуйте сучасний стан ринку Event-послуг в Україні.
4. Визначіть методи просування та збуту Event-послуг.
5. Опишіть найважливіші елементи маркетингу подій.
6. Дайте визначення спеціальної події як частини комунікаційної кампанії.
7. Охарактеризуйте спеціальний захід як важливий інструмент фахівця зі зв'язків з громадськістю.
8. Назвіть характерні ознаки спеціального заходу.
9. Визначте роль особливої події в житті організації.
10. Опишіть основні формати спеціальних заходів.
11. Проаналізуйте відкриття як найпопулярніший формат заходів.
12. Дайте визначення поняття презентації, опишіть її види.
13. Розкрийте основну мету презентації.
14. Дайте визначення поняття виставки.
15. Визначте основні вимоги до організації виставки.
16. Проаналізуйте співвідношення розважальної і інформаційної складової у святі.
17. Класифікуйте заходи event-менеджменту за принципом цільової аудиторії або орієнтації на об'єкт впливу.
18. Опишіть види заходів: tradeevents, corporate events, special events.
19. Проаналізуйте основні підвиди corporate events та їхнє завдання.
20. Назвіть підвиди special events та їх роль у розвитку компанії.
21. Опишіть види спеціальних заходів за масштабом цільової аудиторії.
22. Опишіть класифікацію спеціальних заходів за характером взаємодії учасників.
23. Проаналізуйте класифікацію за періодичністю.
24. Назвіть особливості організації багаторазових подій.
25. Розкрийте взаємозв'язок організації спеціальних подій з управлінням брендом.
26. Дайте визначення поняття цільової аудиторії.
27. Охарактеризуйте види цільової аудиторії.
28. Поясніть відмінності між поняттями первинної та вторинної аудиторії.

Екзаменатори:

викладач Пінчук О.М.

викладач Пітцик В.Ю.

Завідувач кафедри:

професор Новохатько Л.М.