

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

з дисципліни «**Технології виробництва та розміщення рекламного продукту**»

Курс IV (7 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:

- «Технології виробництва та розміщення рекламного продукту»
(7 кредитів)

Тривалість проведення: 2 академічні години

Форма проведення: тестування (30 питань)

Максимальна кількість балів – 40 балів.

Критерії оцінювання: студентам пропонується виконати 30 тестових завдань закритого типу з дисципліни «Технології виробництва та розміщення рекламного продукту», а саме 20 теоретичних і 10 практикоорієнтованих.

Правильна відповідь одного теоретичного тестового завдання оцінюється 1 балом; правильна відповідь на одне практикоорієнтоване тестове завдання оцінюється 2-ма балами.

Тестові завдання враховують як знання студентів, так і вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних задач.

Орієнтовний перелік тематичних питань для тестових завдань з дисципліни:

1. Дати визначення поняттю рекламного продукту.
2. Пояснити основні поняття і принципи телереклами.
3. Пояснити основні поняття і принципи радіореклами.
4. Пояснити основні поняття і принципи друкованої реклами.

5. Дати визначення телевізійній рекламі як засобу масової інформації.
6. Дати визначення радіорекламі як засобу масової інформації.
7. Дати визначення друкованої рекламі.
8. Пояснити базові складові рекламної комунікації.
9. Проаналізувати специфіку роботи з цільовою аудиторією телебачення.
10. Проаналізувати специфіку роботи з цільовою аудиторією радіо.
11. Проаналізувати специфіку роботи з цільовою аудиторією друкованих ЗМІ.
12. Пояснити поняття кодування та декодування інформації.
13. Охарактеризувати розвиток телереклами в Україні.
14. Охарактеризувати розвиток радіореклами в Україні.
15. Охарактеризувати розвиток друкованих ЗМІ в Україні.
16. Пояснити законодавчі аспекти реклами в Україні.
17. Назвати та охарактеризувати види рекламного телевізійного продукту.
18. Назвати та охарактеризувати види рекламного радіопродукту.
19. Назвати та охарактеризувати види друкованої реклами.
20. Дати характеристику етапам роботи над рекламним продуктом.
21. Охарактеризувати особливості реалізації концепції рекламного телевізійного ролика.
22. Охарактеризувати особливості реалізації концепції рекламного радіоролика.
23. Охарактеризувати особливості реалізації концепції друкованої реклами.
24. Пояснити особливості створення сценарію до рекламного телеролика.
25. Пояснити особливості створення сценарію до рекламного радіоролика.
26. Проаналізувати вимоги до написання рекламних телевізійних текстів.
27. Проаналізувати вимоги до написання рекламних радіотекстів.
28. Проаналізувати вимоги до написання текстів друкованої реклами.
29. Пояснити основи процесу виробництва телереклами.
30. Пояснити основи процесу виробництва радіореклами.
31. Пояснити основи процесу виробництва друкованої реклами.
32. Охарактеризувати творчу складову реалізації рекламного продукту.
33. Охарактеризувати виробничу складову реалізації рекламного продукту.
34. Охарактеризувати інструментарій реалізації рекламного телевізійного ролика.
35. Охарактеризувати інструментарій реалізації рекламного радіоролика.
36. Охарактеризувати інструментарій реалізації друкованої реклами.

37. Охарактеризувати процес підготовки до зйомки рекламного телевізійного ролика.
38. Охарактеризувати процес підготовки до запису рекламного радіоролика.
39. Пояснити особливості озвучування рекламного телевізійного ролика.
40. Пояснити особливості роботи над музичним оформленням рекламного телеролика.
41. Пояснити особливості роботи над музичним оформленням рекламного радіоролика.
42. Пояснити особливості роботи з макетом друкованої реклами.
43. Охарактеризувати специфіку монтажу рекламного телеролика.
44. Охарактеризувати специфіку монтажу рекламного радіоролика.
45. Обґрунтувати взаємозв'язок об'єкта реклами з тематикою телеканалу/радіостанції/друкованих ЗМІ.
46. Охарактеризувати технологію розміщення телереклами на телеканалі.
47. Охарактеризувати технологію розміщення радіореклами на радіостанції.
48. Охарактеризувати технологію розміщення друкованої реклами у виданнях.
49. Охарактеризувати види співпраці рекламодавця з телеканалом/радіостанцією/друкованими виданнями.
50. Охарактеризувати способи оцінки ефективності реалізованого та оприлюдненого рекламного продукту.
51. Пояснити роль зворотного зв'язку для рекламного проекту.

Екзаменатор

доцент Вернигора С. М.

Завідувач кафедри

професор Новохатько Л. М.