

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ з дисципліни «Основи реклами та PR»

Курс I (1 семестр)

Спеціальність: 061 Журналістика

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

Структура дисципліни, відповідно до навчального плану:

- змістовий модуль «Основи реклами» (2 кредити);
- змістовий модуль «Основи PR» (2 кредити).

Тривалість проведення: 40 хв.

Форма проведення: тести

Максимальна кількість балів – 40 балів, а саме:

- змістовий модуль «Основи реклами» (20 балів);
- змістовий модуль «Основи PR» (20 балів).

Критерії оцінювання: студентам пропонується виконати 40 тестових завдань закритого типу зі змістових модулів «Основи PR» (20 тестових завдань) та «Основи реклами» (20 тестових завдань).

Правильна тестового завдання оцінюється 1 балом;

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

Орієнтовний перелік тематичних питань:

1. Етика в PR. Етичні кодекси PR.
2. Характеристика визначень „паблік рілейшнз”.
3. Предмет і об'єкт паблік рілейшнз як науки та управлінської діяльності.
4. Сутність і основні елементи системи зв'язків з громадськістю.

5. Основні напрями функціонування системи зв'язків з громадськістю.
6. Зв'язки з громадськістю та пропаганда, маркетинг, реклама (співвідношення понять і методів).
7. PR у гуманітарній сфері.
8. Взаємодія реклами і PR.
9. PR в умовах кризи, надзвичайних ситуацій.
10. Мета, завдання, особливості, аудиторія комерційних публік рілейшнз.
11. Мета та завдання політичних публік рілейшнз.
12. Роль і місце PR у державному управлінні та місцевому самоврядуванні.
13. Особливості соціальних публік рілейшнз.
14. Спонсоринг як складова соціальних публік рілейшнз. Мотивація спонсорингу.
15. Причини ефективності двосторонньої симетричної моделі PR.
16. Актуальні проблеми сучасних публік рілейшнз.
17. Інструментарій публік рілейшнз.
18. PR в шоу-бізнесі, кіноіндустрії на телебаченні.
19. Виникнення PR-діяльності та її зв'язок зі ЗМІ.
20. PR та суміжні галузі знань.
21. Перші професіонали у сфері PR.
22. Характеристика чотирьох моделей зв'язків з громадськістю.
23. Особливості використання телебачення в PR-діяльності.
24. Особливості використання радіо в PR-діяльності.
25. Особливості використання соціальних мереж в PR-діяльності.
26. Охарактеризувати професію майбутнього фахівця з реклами.
27. Надати основні характеристики соціальної та політичної реклами.
28. Надати основні характеристики комерційної та іміджевої реклами.
29. Охарактеризувати специфіку рекламної діяльності. Роль та функції реклами. Роль реклами в суспільстві.
30. Надати класифікацію реклами за місцем розміщення.
31. Надати класифікацію реклами за цілями.
32. Охарактеризувати специфіку зовнішньої реклами.
33. Охарактеризувати специфіку друкованої реклами.
34. Охарактеризувати специфіку інтернет-реклами.
35. Охарактеризувати специфіку відеореклами.
36. Розкрити поняття цільової аудиторії.
37. Охарактеризувати роль архетипів у рекламі.
38. Охарактеризувати архетипи «Мати» та архетип «Герой».
39. Охарактеризувати архетипи «Батько» та «Володар».
40. Охарактеризувати архетипи «Коханець» та «Маска».
41. Охарактеризувати архетипи «Тінь» та «Маска».
42. Розкрити сутність прийомів в рекламі «Асоціація» та «Цінність продукту»..
43. Розкрити сутність прийомів в рекламі «Гіпербола» та «Контраст».
44. Розкрити сутність прийомів в рекламі «Залякування» та «Контраст».
45. Розкрити сутність прийомів в рекламі «Гіпербола» та «Асоціація».

46. Розкрити сутність прийомів в рекламі «Контраст» та «Думка авторитету».
47. Розкрити сутність прийомів в рекламі «Створення власного світу» та «Гра слів».
48. Розкрити сутність прийомів в рекламі «Рішення проблеми» та «Гіпербола».
49. Розкрити поняття інсайту в рекламі.
50. Охарактеризувати вклад видатних рекламистів у розвиток галузі.

Екзаменатори

професор Новохатько Л.М.

доцент Горбенко Г.В.

ст. викладач Шиян В.О.

Заступник зав. кафедри

доцент Белофастова Т.Ю.