

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

з дисципліни «Теоретичні основи реклами та PR»

Курс I (2 семестр)

Спеціальність: 061 Журналістика

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

Структура дисципліни, відповідно до навчального плану:

- Теорія реклами (3 кредити);
- Теорія PR (3 кредити).

Форма проведення: тестування

Максимальна кількість балів - 40 балів, а саме:

- Тестові завдання з теорії реклами: по 20 запитань (2 варіанти) (16 =1 запитання тесту)
- Тестові завдання з теорії PR: 20 запитань (2 варіанти) (16 = 1 запитання тесту)

Критерії оцінювання: знання з теорії реклами та PR відповідно до навчальної програми, а також уміння застосовувати теорію на практиці.

- знання теоретичного матеріалу щодо типів та видів рекламного продукту та PR-технологій, архетипів в рекламі, психологічних чинників впливу реклами на підсвідомість споживачів;
- знання теоретичного матеріалу з особливостей реалізації PR в інформаційному суспільстві, впливу на громадськість, функцій, інструментів та каналів комунікації в межах PR-діяльності.

Орієнтовний перелік тем для підготовки до тестових завдань:

Теорія реклами:

1. Специфіка рекламної діяльності.
2. Класифікація реклами за місцем розміщення.
3. Класифікація реклами за цілями.
4. Класифікація реклами за змістом.
5. Складові рекламної кампанії.
6. Специфіка зовнішньої реклами.
7. Специфіка друкованої реклами.

8. Специфіка інтернет-реклами.
9. Специфіка відеореклами.
10. Поняття цільової аудиторії.
11. Роль архетипи в рекламі.
12. Архетипи в рекламі
13. Прийоми створення реклами
14. Поняття інсайту в рекламі.
15. Роль копірайтингу в рекламі.
16. Вклад видатних рекламистів в розвиток галузі.
17. Структура рекламної агенції.
18. Специфіка на напрями професії рекламиста.

Теорія PR:

1. Сутність і основні елементи системи зв'язків з громадськістю.
2. Тренди в PR.
3. Аспекти функціонування системи зв'язків з громадськістю.
4. Функції системи зв'язків із громадськістю.
5. Типи паблік рилейшнз.
6. Форми PR-діяльності.
7. Hard/soft skill PR-фахівця.
8. Обов'язки PR-менеджера.
9. Сутність поняття громадськості.
10. Засоби паблік рилейшнз в організації ефективних відносин зі ЗМІ.
11. Технології управління інформацією та створення новин.
12. Креативного бриф: структура та характеристика основних позицій.
13. Техніки генерації творчих ідей: загальна характеристика.
14. Креативна ідея для PR.
15. Сутність інсайт та типи інсайтів
16. Роль дослідження в плануванні PR-кампанії.
17. Моніторинг інформаційного поля як основа інформаційної політики організації.
18. Етапи розробки PR-кампанії.
19. Особливості постановки цілей і завдань PR-кампанії.
20. Критерії і показники ефективності PR-кампанії.

Екзаменатори:

ст. викладач Шиян В.О.
доцент Нетреба М.М.

Завідувач кафедри:

професор Новохатько Л.М.