

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: 80 хвилин

Форма проведення: тести (40 тестів по 1 балу)

Критерії оцінювання:

40-38 – відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з, можливими, незначними недоліками

37-35 – достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок

34-30 – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок

29-25 – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності

24-20 – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)

19-1 – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання

Орієнтовний перелік тематичних питань для тестових завдань:

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 «Гінь» 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.

Зразок екзаменаційного тесту

1. Наведений блок питань характеризує

Як виробляється продукт?

Скільки вимагається часу на його створення?

Де він виробляється?

Яка технологія його виробництва?

Щось цікаве про виробників.

- 1) використання продукту
- 2) ефективність продукту
- 3) виробництво продукту

2. Бриф – це:

- 1) технічне завдання на розробку реклами
- 2) творча платформа реклами

3. УТП – це:

- 1) уніфікована товарна програма
- 2) унікальна торговельна пропозиція

4. Вкажіть номер правильної послідовності підготовки рекламної кампанії:

- 1) творча платформа – бриф – концепція
- 2) творча платформа – концепція – бриф
- 3) бриф – творча платформа – концепція

Екзаменатор

доцент Досенко А.К.

Завідувач кафедри

професор Новохатько Л.М.