

Перелік питань до курсу «Вступ до спеціальності»

Суб'єкт, об'єкт, мета та предмет реклами.

Функції реклами в суспільстві.

Функції і види реклами.

Рекламна термінологія (реклама, рекламне агентство, рекламна кампанія, бренд, торгова марка, товарний знак, логотип, маркетинг).

Слоган та його специфіка

Фірмовий блок в рекламі

Підготовка та розташування адресного блоку

Фірмовий стиль.

Газетна реклама, тематичне розмаїття, насиченість та образність

Класифікація за формоутворюючою ознакою, за жанрами, за місцем розміщення друкованої реклами в мас-медіа

Форми і жанри реклами в друкованих ЗМІ

Види рекламних кампаній, етапи проведення.

Журнальна реклама: спрямованість, кольоровість та функціональне призначення.

Інтеграція реклами в радіопрограми.

Структура рекламного ролика. Хронометраж рекламного аудіоролика

Пряма реклама. Спонсорство радіопрограм

Прийоми сценарної організації аудіоролика. Розробка аудіоролика

Інтеграція реклами в телевізійних продуктах (Product Placement).

Рекламний ролик як основний жанр реклами на телебаченні

Хронометраж, структура та сюжет телевізійного рекламного ролика

Різновиди інтернет-реклами. Переваги та недоліки інтернет-реклами

Види та форми банерів. Способи оплати банерної реклами

Суб'єкт, об'єкт, мета та предмет реклами

Способи оплати реклами в інтернеті

Переваги, недоліки та носії зовнішньої реклами

Різновиди зовнішньої реклами

Поняття бренду, фірмового стилю

Поняття, види і основні етапи планування рекламної кампанії

Етапи введення товару та реклами на ринок

Рекламний процес і його учасники

Бриф

Структура рекламного ролика

Специфіка тексту в рекламному повідомленні

Прес-служба як основна організаційна форма зв'язків з громадськістю.

Принципи діяльності та функції прес-служб.

Керівник прес-служби, прес-секретар, речник та їх функції.

PR-служби як структурний підрозділ організації: функції, завдання, загальна модель.

Організація та проведення основних заходів у галузі зв'язків з громадськістю (прес-конференція).

Організація та проведення основних заходів у галузі зв'язків з громадськістю (брифінг)

Організація та проведення основних заходів у галузі зв'язків з громадськістю (презентація)

Особливості PR-текстів та вимоги до їх написання.

Прес-реліз як один із найпоширеніших різновидів інформаційного матеріалу.

Визначення, значення і зміст PR

Громадськість і громадська думка

Цілі PR і його функції

Види публік рилейшинз

Визначення PR-кампанії

Основні характеристики PR-кампаній

Класифікація PR-кампаній

Характеристика етапів проведення PR-кампанії

Вербальні комунікації в ПР

Публічний виступ

Правила складання текстових матеріалів ПР

Жанри публічного виступу

Бекграундер.

Медіа-кіт

Кейс-історія

Факт-лист

Мистецька комунікація в ПР

Фотографія в ПР

Поняття "новина". Базові поняття новинної комунікації

Механізми управління новинною комунікацією. Спіндокторство

Антикризові зв'язки з громадськістю. Поняття "медіа рилейшнз".

Іміджмейкінг та іміджування у ПР-комунікаціях.

Технології формування ефективного іміджу

Завдання іміджу в сфері публік рилейшнз