ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ

1. Реклама, журналістика і література – три взаємопов’язані області словесної діяльності.
2. Взаємозв’язок, взаємовплив літератури і реклами.
3. Перехід людського мислення від літературоцентричного до рекламоцентричного.
4. Поняття реклами літературної сфери. Загальна характеристика розвитку реклами у сфері літератури.
5. Сучасні тенденції в рекламі на літературну тематику: зарубіжний досвід. Інтегровані комунікації та просування літературних проектів.
6. Замовники та цільові аудиторії реклами та ПР літературної проблематики.
7. Письменницький бізнес – розвиток і становлення в сучасних умовах. Бренд письменника. Індивідуальні й колективні письменницькі бренди.
8. Рекламні акції (мітинги, диспути, турне, прес-конференції, лекції) українських письменників.
9. Рекламні ролики, що створюють візуальний образ книги. Історія виникнення промо-роликів.
10. Перші буктрейлери в США.
11. Промо-ролики як невід’ємна частина рекламної кампанії кожного літературного видання.
12. Каталоги як важливий інструмент пабліситі.
13. Авторські турне з книгою та інтерв’ю у різних ЗМІ як один із засобів пабліситі.
14. Біографія письменника як одна із ПР-стратегій. Імідж письменника.
15. Можливість та необхідність функціонування системи зв’язків з громадськістю у літературно-видавничих установах та організаціях (Національна спілка письменників України, Книжкова палата України та ін.).
16. Участь українських письменників у книжкових ярмарках.
17. Літературна відзнака "Золотий письменник України".
18. Письменницький український конкурс "Коронація слова".
19. Лауреати премій найрезонансніших українських видань останніх років.
20. Просування бренду автора на книжковому ринку держави.
21. PR-стратегії просування на ринку ЗМІ літературних брендів.
22. Використання короткострокових та довгострокових ПР-стратегій, для літературних процесів.
23. Презентації – один із найкомфортніших і найефективніших способів ознайомлення аудиторії з книгою, зручний спосіб демонстрації новинок, інформування про досягнення в галузі популяризації книг українських авторів.
24. Форум видавців України.
25. Презентація видань та літературні вечори – ефективна форма видавничої промоції.
26. Письменницьке інтерв’ю як один із найдієвіших і "найживіших" жанрів у журналістиці.
27. Присутність письменника на телебаченні – одна із важливих ПР-стратегій просування на літературному ринку.
28. Відомі телеведучі, президенти, політики, урядовці, видатні культурні діячі, і їх видання.
29. Пабліситі – напрямок книжкового маркетингу.
30. Видавнича промоція як явище в українському соціокультурному просторі.
31. Авторські турне з книгою та інтерв’ю у різних ЗМІ як один із засобів пабліситі.
32. Система премій, стипендій, гонорарів, автограф-сесій, блогів як одна із форм промоції.