**Перелік запитань до іспиту**

1. Обумовлення появи нових спеціальностей в рекламі. Вимоги до спеціалістів реклами. Особливості праці .
2. Рекламні професії: специфіка, проблематика, перспективи.
3. Структура рекламної агенції.
4. Основні завдання рекламної агенції.
5. Посадові обов’язки фахівців з реклами.
6. Цілі діяльності рекламної агенції.
7. Види рекламних агенцій мережеві локальні.
8. Позиціонування сучасних українських рекламних агенцій в маркетинговому просторі комунікацій.
9. Шляхи підвищення ефективності роботи рекламної агенції в умовах економічної кризи.
10. Функції рекламних агенцій різного типу: мережеві, локальні.
11. Функції рекламного підрозділу установи.
12. Функції менеджера з реклами урядової установи.
13. Функції менеджера з реклами культурно–освітньої установи.
14. Функції менеджера з реклами громадської організації.
15. Методи роботи на ринку маркетингових комунікацій.
16. Пріоритетні методи роботи в сфері реклами.
17. Методи рекламної діяльності і психологічні засади комунікації в умовах ринкової економіки.
18. Психологія адресата реклами прискорення циклічності товару то психологія споживача.
19. Професійні принципи рекламної етики та норм моралі рекламіста.
20. Основні положення українського законодавства та роль громадських професійних організацій щодо норм моралі і етики реклами. Етичні принципи і норми рекламної діяльності у міжнародній практиці.
21. Практика залучення клієнтів до рекламної агенції.
22. Дослідження цільової аудиторії як функція рекламної агенції.
23. Типи цільових аудиторій особливості роботи з ними люди і громадські групи зовнішнього середовища зацікавлені особи.
24. Визначення ключових та пріоритетних груп громадськості.
25. Спеціалізація рекламних агенцій за видами реклами.
26. Послуги рекламних агенцій. Співробітництво рекламних агенцій із ЗМІ
27. Поняття консалтингу. Консалтингові послуги в галузі реклами.
28. Консалтинг в окремих галузевих напрямках застосування рекламних технологій. Інтернет консалтинг.
29. Рекламний аудит: мета, процес, методика проведення. Методи комунікативного аналізу.
30. Розробка стратегії рекламної кампанії і окремих рекламних акцій.
31. Поняття рекламних тактик. Їх типологія на сучасному ринку маркетингових комунікацій.
32. Робоча палітра рекламних тактик сучасних українських рекламних агентств в контексті специфіки напрямків їхньої діяльності.
33. Поняття рекламної кампанії. Типологія рекламних кампаній, варіанти їх побудови.
34. Реклама в Інтернеті аналіз українського російського і міжнародного Інтернет- простору.
35. Просування діяльності рекламної та ПР-агенції каналами Інтернету.
36. Провідні рекламні та PR-ресурси Інтернету/
37. Діяльність громадських організацій в галузі реклами та ПР в Інтернеті.
38. Підготовка рекламних матеріалів .Специфіка роботи копірайтера в рекламній агенції.
39. Види рекламних матеріалів місце копірайтингу в структурі рекламної агенції
40. Майстерність копірайтера засади його креативності. Принципи підготовки і редагування рекламних текстів.