**Екзаменаційні питання**

**з дисципліни «Рекламно-інформаційні технології»**

1. Теоретичні визначення «реклама», «рекламні технології», «соціальна реклама».
2. Види, типи, жанри реклами.
3. Основні проблеми адаптації  рекламної  продукції до умов суспільства.
4. Соціальна реклама – важливий елемент політичної, економічної та морально-психологічної стабільності суспільства.
5. Функції соціальної реклами (інформаційна, освітня, виховна).
6. Ознаки соціальної реклами.
7. Типи соціальної реклами.
8. Головні групи замовників соціальної реклами.
9. Етапи функціонування соціальної реклами.
10. Вибір цільової аудиторії та джерел поширення соціальної реклами.
11. Рекламні стратегії рекламних кампаній.
12. Основні складові фірмового стилю (графічна частина, слоган (рекламний девіз, лозунг, зачин), інформаційний блок, діапазон запропонованих послуг, спонукання потенційного клієнта (спонсора, партнера) до дії, адреса і зв’язок, кольористика).
13. Комерційна реклама.
14. Некомерційна реклама та її види: державна; соціальна; політична.
15. Можливості ЗМІ у діяльності соціального педагога.
16. Тактика взаємодії соціального педагога із ЗМІ.
17. Форми взаємодії із ЗМІ (інформування (прес-реліз, прес-конференція); консультування; інтерв’ю; стаття; рубрика; тематична програма (цикл).
18. Визначення понять “засоби масової інформації” (кіно, радіо, телебачення, періодичні друковані видання, рекламу, мода, дизайн та ін.), “засоби масової комунікації”, “преса”, “друковані засоби масової інформації” тощо.
19. ЗМІ як один із соціальних інститутів.
20. Особливості впливу ЗМІ на  життя суспільства.
21. Теоретичні визначення поняття «прес-реліз».
22. Різновиди прес-релізів (анонс, запрошення, інформування, резюме, констатація тощо).
23. Особливості щодо структури прес-релізу як форми взаємодії зі ЗМІ та специфіка написання.