

## **Програмові вимоги для підсумкового контролю з дисципліни «практика рекламної діяльності»**

### **Тема 1. Професійні стандарти рекламистів**

1. Обумовлення появи нових рекламних спеціальностей. Огляд основної й додаткової літератури та джерел з реклами
2. Рекламні професії: специфіка, проблематика, перспективи.
3. Вимоги до спеціалістів з реклами та особливості праці.
4. Засади та принципи організації рекламної діяльності.
5. Посадові обов'язки рекламистів.
6. Організація та структура відділу.
7. Особливості роботи рекламних відділів у різних галузях.

### **Тема 2. Етика та психологія роботи рекламиста. Психологічні основи рекламної комунікації**

8. Основні задачі рекламної комунікації.
9. Об'єкт та суб'єкт рекламної комунікації.
10. Етика спілкування рекламиста: внутрішня та зовнішня.
11. Психологічний аспект ефективного спілкування в рекламі.
12. Взаємовідносини між суб'єктами рекламної комунікації.
13. Види взаємин в рекламній комунікації.
14. Технологія вправних переговорів: методи переконання й фактори впливу.

### **Тема 3. Рекламна термінологія**

15. Специфіка рекламної термінології.
16. Основна рекламна термінологія.
17. Проблематика формування рекламної термінології.

### **Тема 4. Рекламний відділ: цілі, функції, методи роботи**

18. Мета, принципи та засади функціонування рекламного відділу.
19. Основні задачі рекламного відділу.
20. Шляхи підвищення ефективності роботи рекламного відділу.
21. Специфіка роботи та функції рекламного відділу в ЗМІ.
22. Методики та етика роботи рекламиста з клієнтами.

### **Тема 5. Види та форми реклами: ефективність та особливості застосування**

23. Особистісна реклама. Соціальна реклама. Реклама територій. Зовнішня реклама. Рекламні носії. Реклама в транспорті. Рекламне видання. Жанрові та стилістичні особливості подачі рекламних матеріалів у різних типах ЗМІ.
24. Правила підготовки рекламно-сувенірної продукції (буклети, флаєри, листівки та ін.).
25. Види телевізійної реклами.
26. Види радіореклами. Особливості створення радіореклами.
27. Види друкованої реклами.
28. Види Інтернет-реклами.
29. Реклама в соціальних мережах. Реклама в он-лайн іграх. Реклама в мобільних магазинах AppStore. Провести моніторинг та аналіз рекламного ринку України.

### **Тема 6. Стратегія і тактика рекламної кампанії**

30. Етапи та методика формування рекламної кампанії.
31. Складові рекламного планування.
32. Стратегія рекламної кампанії.
33. Тактика рекламної кампанії.
34. Бюджет: види, принципи та засади формування.
35. Інструменти аудиту рекламних кампаній. SWOT-аналіз.
36. Концепція 4P та планування маркетингу.

### **Тема 7. Правила написання рекламних текстів**

37. Цілі рекламних текстів. Види та жанри рекламних текстів. Характеристики рекламних текстів.
38. Складові рекламного тексту. Правила написання рекламного тексту. Засоби, які підвищують читабельність тексту. Способи стимулювання запам'ятовування тексту читачами.
39. Принципи та засоби створення рекламної ідеї. Типи творчих рекламних стратегій.

### **Тема 8. Медіапланування**

40. Поняття та предмет медіапланування. Види медіапланування. Цілі медіапланування. Вимоги до цілей медіапланування.
41. Фактори медіапланування. Медіаплан та його складові. Компоненти медіаплану. Стратегія і тактика медіапланування.
42. Рекламні формули: механізми практичного застосування. Етика підготовки рекламних матеріалів для ЗМІ.
43. Етика підготовки рекламних пропозицій для рекламодавців. Механізми розміщення рекламних матеріалів в ЗМІ.

### **Тема 9. Юридичні аспекти рекламної кампанії**

44. Законодавче забезпечення рекламної діяльності. Юридичні обов'язки рекламістів. Правовий захист від неякісного просування. Виправлена реклама.
45. Рекламне діловодство. Укладання рекламного договору. Рекламна заявка.
46. Закордонна та вітчизняна практика регламентації рекламної діяльності. Закон України «Про рекламу».