

ПРОГРАМА
фахового вступного випробування
з реклами та зв'язків з громадськістю

спеціальність – 6.030302 „Реклама і зв'язки з громадськістю (у медіа галузі)”

освітньо-кваліфікаційний рівень – **бакалавр зі скороченим терміном навчання**

Реклама

1. Поняття „реклама”. Реклама як процес комунікації. Реклама в системі маркетингу.
2. Мета та завдання реклами.
3. Основні функції реклами (комунікативна, економічна, соціальна, ідеологічна).
4. Класифікація видів реклами (за каналом розповсюдження, за цільовою аудиторією, за територією поширення, за засобом впливу на аудиторію).
5. Особливості різних видів реклами (реклама у друкованих засобах масової інформації, радіореклама, телевізійна реклама, зовнішня реклама, реклама в інтернеті).
6. Фірмовий стиль. Можливі елементи фірмового стилю (знак, логотип, фірмові кольори, сувенірна продукція тощо).
7. Специфіка рекламування окремих категорій товарів (тютюнових і алкогольних виробів, лікарських засобів, товарів для дітей).
8. Види порушень у виробництві та розповсюдженні реклами (прихована, оманлива, порівняльна реклама).

Зв'язки з громадськістю (PR)

1. Поняття зв'язків з громадськістю (PR). Зв'язки з громадськістю як складова системи соціальних комунікацій.

2. Відмінність між рекламою та зв'язками з громадськістю (порівняння функцій, мети, об'єкту впливу).
3. Основні принципи зв'язків з громадськістю (чесність, відкритість, взаємна користь організації та громадськості, об'єктивність).
4. Функції зв'язків з громадськістю (контроль думок і поведінки громадськості, реагування на громадськість, досягнення взаємовигідних відносин).
5. „Чорний” і „білий” PR.

Список рекомендованої літератури

1. Бочаров М. П. История публичных отношений: нравы, бизнес, наука. – М., 2007.
2. Джефкінс Ф. Реклама. – К., 2001.
3. Королько В. Г. Основы публичных отношений. – М., К., 2000.
4. Королько В. Г. Публичных отношений. Научные основы, методика, практика. – К., 2001.
5. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. – СПб., 2004.
6. Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Шахурин В. Г. Рекламная деятельность. – М., 2004.
7. Пименов П. А. Основы рекламы. – М., 2006.
8. Почепцов Г. Г. Публичных отношений для профессионалов. – К., 2005.
9. Ромат Є. В. Словник основних рекламних і маркетингових термінів. – Х., 2003.
10. Уткин Э. А. Рекламное дело. – М., 2001.
11. Шомели Ж., Уисман Д. Связи с общественностью. – СПб., 2003. – Ч. 1.
12. Яскевич Е. В. Рекламная деятельность. – Владивосток, 2004.