

ПРОГРАМА
фахового вступного випробування
з історії, теорії та практики реклами

спеціальність – 8.03030201 „Реклама”
освітньо-кваліфікаційний рівень – магістр

Перелік тем для підготовки до тестування.

Історія реклами

1. Сутність протореклами. Престижна протореклама. Знаки власності та знаки авторства як варіанти протореклами.
2. Глашатаї – перші професіонали рекламної справи. Жанрова диференціація усної реклами в античному місті.
3. Письмова реклама античності: графіті, album, римська протогазета, афіша.
4. Розвиток реклами в добу Середньовіччя.
5. Американський рекламний бізнес 1950 – 1960-х рр.
6. Розвиток реклами в 1970-ті рр. у Великобританії.
7. Розвиток французької реклами у 20 ст.
8. Рекламний процес Італії та Німеччини 2 половини 20 ст.
9. Медіапланування та креатив – боротьба концепцій. Злиття та поглинання.
10. Доткоми. Латиноамериканський та іспанський рекламний бізнес.

Основи рекламної діяльності

1. Реклама в системі маркетингу.
2. Реклама та теорія комунікацій.
3. Основні засоби маркетингових комунікацій.
4. Основні характеристики реклами.
5. Функції реклами.
6. Класифікація реклами.

7. Етапи створення реклами.
8. Соціально-психологічні основи реклами.
9. Сучасні рекламні технології і засоби розповсюдження реклами.
10. Класифікація рекламних агентств. Структура рекламного агентства.

Політична реклама

1. Поняття про політичну рекламу. Особливості й завдання політичної реклами.
2. Мета, об'єкт, предмет, суб'єкт, функції політичної реклами
3. Жанри політичної реклами в пресі.
4. Типи рекламних звернень у телевізійній політичній рекламі.
5. Особливості радіореклами, кінореклами, політичної карикатури як видів політичної реклами.

Рекламний креатив

1. Сутність і стратегічне значення рекламного креативу
2. Форми та функції рекламного креативу.
3. Рекламний креатив: вихід за рамки стереотипу
4. Провокація та негатив як інструмент рекламного креативу.
5. Критерії якості рекламного креативу.
6. Креатив у контекстній рекламі.
7. Знання, навички, уміння в творчій діяльності рекламіста.
8. Ментальні фактори в рекламі.

Рекламна кампанія

1. Класифікації рекламних кампаній:
 - а) за інтенсивністю впливу на споживача;
 - б) за періодичністю використання.
2. Планування рекламних заходів.
3. Цілі рекламної кампанії: функції цілей, їх види.
4. Цілі рекламної кампанії: оперативні, поведінкові, множинні.

Список літератури.

1. Бове К. Л., Аренс У. Ф. Современная реклама: Пер. с англ. – Тольятти: Изд.-й дом „Довгань”, 1995. – 661 с.
2. Гринберг Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама : Учеб. пособие для студентов вузов. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 280 с.
3. Джефкінс Ф. Реклама : Практ. посібник : пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Знання; КОО, 2001. – 456 с.
4. Джулер Дж. А. Креативные стратегии в рекламе / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптурского. – СПб. : Питер, 2004. – 384 с.
5. Егорова-Гантман Е. Политическая реклама. – М. : Никколо-Медиа, 2002. – 240 с.
6. Імшинецька І. Креатив в рекламі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.advertology.ru/
7. Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации. – София : КАРБИ, 1995. – 342 с.
8. Ковриженко М. Креатив в рекламе. – СПб. : Питер, 2004. – 253 с.
9. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. – СПб. : Питер, 2007. – 267 с.
10. Лисовский С. Ф. Политическая реклама. – М. : ИВЦ „Маркетинг”, 2000.
11. Мудров А. Н. Основы рекламы : Учебник. – М. : Магистр, 2008. – 397 с.
12. Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Серегина Т. К., Шахурин В. Г. Рекламная деятельность : Учебник для студентов высших учебных заведений. – 3 – е изд., перераб. и доп. – М. : Маркетинг, 2001. – 364 с.
13. Пименов П. А. Основы рекламы. – Основы рекламы. – М. : Гардарики, 2006. – 399 с.
14. Примак Т. Рекламний креатив : навч. посіб. – К. : КНЕУ, 2006. – 328 с.
15. Ривс Р. Реальность в рекламе : Пер. с англ. – М. : Соверо, 1992. – 360 с.
16. Ромат Є. Словник основних рекламних і маркетингових термінів. – Харків : Студцентр, 2003. – 56 с.
17. Тангейт М. Всемирная история рекламы. – М., 2008. – 286 с.
18. Учёнова В. В., Старых Н. В. История рекламы, или Метаморфозы рекламного образа : Учебн. для ВУЗов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 336 с.
19. Яскевич Е. В. Рекламная деятельность. – Владивосток, 2004.
20. Fox S. The Mirror Makers : A History of American Advertising and Its Creators. – London : William Heinemann Ltd, 1990. – 383 p.