



*Контрольні питання
з навчальної дисципліни*



Реклама і PR
в цифровому просторі

K a r a z i n M e d i a T o p o s G r o u p 2 0 1 9

**КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ
ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ІСПИТУ
З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«РЕКЛАМА І PR В ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРІ»**

Розділ 1. Екскурс до професії рекламиста

Керівник курсу М. Йол

1. Поняття реклами.
2. Класифікації реклами.
3. Функції реклами та її закони.
4. Етапи процесу створення реклами.
5. Ключові посади фахівців на рекламному ринку.
6. Портрет цільової аудиторії.
7. Якісні та кількісні дослідження рекламного ринку.
8. Відмінності між торговельною маркою та брендом.
9. «Драйвери» і «бар'єри» у рекламі.
10. «Велика ідея» та «інсайт» в професійній діяльності рекламиста.
11. Ключове повідомлення рекламного проекту.
12. «Точки контакту» і канали поширення рекламного проекту.
13. Креативні методики створення рекламного контенту.
14. Презентація рекламного проекту.
15. Визначення ефективності рекламних кампаній. Методи оцінки якості рекламної продукції.
16. Рекламна етика та правові основи рекламної діяльності.

Розділ 2. PR у цифровому просторі

Керівник курсу О. Д. Зіненко

1. Поняття «паблік рилейшнз» («зв'язки з громадськістю», PR). Історія паблік рилейшнз.
2. Основні тенденції та фактори розвитку PR у цифровому просторі.
3. Галузеві стандарти та функції PR.
4. Використання традиційних та цифрових медіа в PR-кампаніях.
5. Зв'язки з громадськістю як сфера наукової та практичної діяльності.
6. Громадський інтерес як підґрунтя для створення PR-кампанії у цифрових медіа.
7. Роль журналістів, лідерів думок та медіаперсон в реалізації PR-кампаній.
8. PR-кампанія як соціально-комунікативна технологія.
9. Зовнішній та внутрішній PR. Політичний, соціальний, корпоративний, кризовий PR у цифровому просторі.
10. Стратегії вирішення задач PR-кампанії.
11. Структура комунікацій у PR.
12. Особливості проведення PR-кампаній.
13. Громадськість у сфері PR.
14. Аудиторія в галузі PR.
15. Інструменти та технології PR.
16. Аналіз успішних PR-кампаній у цифровому просторі.