

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультету журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю
ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ
з дисципліни «Основи професійної діяльності»

1 курс (1 семестр)

Спеціальність: 061 Журналістика

Освітня програма: 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Структура дисципліни, відповідно до навчального плану:

- Основи PR (2 кредити);
- Основи реклами (2 кредити);
- Основи digital комунікації (2 кредити);
- Основи подієвої комунікації (2 кредити).

Форма проведення:

- Основи PR– тест;
- Основи реклами – тест;
- Основи digital комунікації – тест;
- Основи подієвої комунікації– тест;

Максимальна кількість балів - 40 балів, а саме:

Основи PR (10 балів);
Основи реклами (10 балів);
Основи digital комунікації (10 балів);
Основи подієвої комунікації (10 балів).

Критерії оцінювання:

- частина іспиту із дисципліни «Основи PR» пропонується студентам дати відповідь на 10 тестових питань (вага кожного виконаного завдання оцінюється в 1 бал: загальна оцінка 10 балів);
- частина іспиту із дисципліни «Основи реклами» пропонується студентам дати відповідь на 10 тестових питань (вага кожного виконаного завдання оцінюється в 1 бал: загальна оцінка 10 балів);
- частина іспиту із дисципліни «Основи digital комунікації» пропонується студентам дати відповідь на 10 тестових питань (вага кожного виконаного завдання оцінюється в 1 бал: загальна оцінка 10 балів);
- частина іспиту із дисципліни «Основи подієвої комунікації» пропонується студентам дати відповідь на 10 тестових питань (вага кожного виконаного завдання оцінюється в 1 бал: загальна оцінка 10 балів);
- 36-40 балів – «відмінно»: безпомилкові і повні відповіді на закриті і відкриті тестові завдання (не менше 90% потрібної інформації);
- 30-35 балів – «добре»: достатньо повні і з незначними помилками відповіді на закриті і відкриті тестові завдання (не менше 75% потрібної інформації);
- 25-29 балів – «задовільно»: неповні і з помилками відповіді на закриті і відкриті тестові завдання (не менше 60% потрібної інформації);
- 1-24 балів – «незадовільно»: недостатні і незадовільні, з суттєвими помилками відповіді на закриті і відкриті тестові завдання (менше 60% потрібної інформації).

Орієнтовний перелік питань для опрацювання із змістового модуля «Основи PR»:

1. Етика в PR. Етичні кодекси PR.
2. Характеристика визначень «паблік рилейшнз».
3. Предмет і об'єкт паблік рилейшнз як науки та управлінської діяльності.
4. Сутність і основні елементи системи зв'язків з громадськістю.
5. Основні напрями функціонування системи зв'язків з громадськістю.

6. Зв'язки з громадськістю та реклама, пропаганда, маркетинг (співвідношення понять і методів).
7. PR у гуманітарній сфері.
8. Взаємодія реклами і PR.
9. PR в умовах кризи, надзвичайних ситуацій.
10. Мета, завдання, особливості, аудиторія комерційних публік рилейшнз.
11. Мета та завдання політичних публік рилейшнз
12. Роль і місце PR у державному управлінні та місцевому самоврядуванні.
13. Особливості соціальних публік рилейшнз
14. Спонсоринг як складова соціальних публік рилейшнз. Мотивація спонсорингу.
15. Причини ефективності двосторонньої симетричної моделі PR.
16. Актуальні проблеми сучасних публік рилейшнз.
17. Інструментарій публік рилейшнз.
18. PR у шоу-бізнесі, кіноіндустрії та телебаченні.
19. Виникнення PR-діяльності та її зв'язок зі ЗМІ.
20. PR та суміжні галузі знань.
21. Перші професіонали у сфері PR.
22. Характеристика чотирьох моделей зв'язків з громадськістю.
23. Особливості використання телебачення в PR-діяльності.
24. Особливості використання радіо в PR-діяльності.
25. Особливості використання соціальних мереж в PR-діяльності.

Орієнтовний перелік питань для опрацювання із змістового модуля «Основи реклами»:

1. Дайте визначення поняттю “реклама”.
2. Назвіть основні складові рекламної кампанії.
3. Назвіть основні положення ЗУ “Про рекламу”.
4. Поясніть специфіку реклами на телебаченні.
5. Поясніть специфіку реклами на радіо.
6. Поясніть специфіку зовнішньої реклами.
7. Поясніть процес і особливості планування реклами.
8. Назвіть основні засоби реклами та їхню класифікацію.
9. Назвіть основні функції реклами.
10. Назвіть товари, які потребують особливих умов рекламування відповідно до ЗУ “Про рекламу”.
11. Назвіть особливості рекламування лікарських засобів.
12. Назвіть основні етапи рекламної кампанії.
13. Назвіть основних учасників рекламного процесу.
14. Що включає в себе рекламний менеджмент?
15. За якими ознаками можна класифікувати рекламодавців?
16. Поясніть емоційний аспект рекламних кампаній. Наведіть приклади.
17. Назвіть основні проблеми реклами на радіо.
18. Назвіть основні проблеми реклами на телебаченні.
19. Назвіть основні проблеми реклами в друкованих медіа.
20. Назвіть основні групи рекламодавців.
21. Опишіть класифікації рекламодавців за обсягом бюджету.
22. Розкажіть детальніше про специфіку роботи рекламної агенції.
23. Поясніть переваги та недоліки реклами та персональних продажів.
24. Обґрунтуйте вибір каналів комунікації для конкретного товару.
25. Опишіть детально кожен з етапів рекламної кампанії.

Орієнтовний перелік тем для виконання тестів із змістового модуля «Основи digital комунікації»:

1. Основні об'єкти Інтернету.
2. Технологія веб 2.0.
3. Основні риси технології веб 3.0.
4. Карти знань.

5. Інфографіка.
6. Поняття нелінійної презентації.
7. Надати визначення поняття інтерактивна реклама.
8. Перерахувати та надати коротку характеристику етапів, що входять у стратегію розсилки email.
9. Визначити види розсилок.
10. Виявити послідовну структуру та побудову email листів.
11. Визначити поняття гейміфікації.
12. Комунікаційні digital тренди.
13. Виділіть базові онлайн формати вірусної реклами.
14. Поняття та історія виникнення вірусної реклами
15. Зазначити основні принципи створення вірусного контенту.
16. Описати послідовність розробки вірусної реклами.
17. Переваги та недоліки використання вірусної реклами.
18. Визначити, які маркетингові завдання вирішують месенджери.
19. Інтерактивні прийоми.
20. Інтерактивна реклама.
21. Розробка концепції мобільного додатку.
22. Система лояльності.

Орієнтовний перелік тем для виконання тестів із змістового модуля «Основи подієвої комунікації»:

1. Асоціативні символи в різних святах та заходах.
2. Початок, кульмінація, фінал як основа театрального дійства та івенту.
3. Специфіка проведення та актуальність заходу в залежності від цільової аудиторії.
4. Event практики в сучасному світі та різноманіття видів на ринку.
5. Види заходів та цілі.
6. Головна мета event-послуг.
7. Роль ідеї та втілення її в event-послугах.
8. Гра як креативний спосіб комунікації між виконавцем та глядачем.
9. Креативний підхід до створення івенту, візуальна комунікація.
10. Сценарій як основа майбутньої події.
11. Підбір локації, час початку та закінчення з урахуванням темпоритму спеціального заходу.
12. Реклама в масових заходах, концертах, фестивалях, змаганнях, конкурсах, виставках.
13. Управління івент-заходом, організаційні особливості. Розробка концепції.
14. Креативні ідеї та залучення новітніх технологій для створення заходу.
15. Чек-лист речей, які необхідно мати з собою, для організаторів офіційних та ділових івентів.
16. Онлайн та оф-лайн event.
17. Створення нових онлайн проєктів та спеціальних заходів, квести, конференції, майстер-класи, тренування, інтелектуальні ігри.
18. Ідея та розроблення свого авторського проєкту, продукту, івенту.
19. Важливість визначення жанру та концепцію проведення розважального івенту, концерту, фестивалю, корпоративного свята.
20. Завдання організатора та його команди, що організовує та веде спеціальний захід.

Програма екзамену розглянута і затверджена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю. Протокол № 4 від 06 листопада 2024 р.

Екзаменатор

професор Новохатько Л.М.

Координатор з науково-методичної та навчальної роботи кафедри

доцент Белофастова Т.Ю.