

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

з дисципліни
«Технології виробництва та розміщення рекламного продукту»

Курс III (5 семестр)

Спеціальність: 061 Журналістика

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

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Структура дисципліни, відповідно до навчального плану:

- Поліграфічна продукція;
- Радіореклама;
- Телереклама;
- Інтернет-реклама.

Форма проведення: тестування (50 питань)

Максимальна кількість балів – 40 балів, а саме:

- Поліграфічна продукція (10 балів);
- Радіореклама (10 балів);
- Телереклама (10 балів);
- Інтернет-реклама (10 балів).

Опис: на іспиті з дисципліни «Технології виробництва та розміщення рекламного продукту» студентам пропонується виконати:

- 10 тестових завдань закритого типу зі змістового модулю «Радіореклама», де правильна відповідь одного тестового завдання оцінюється 1 балом;
- 10 тестових завдань закритого типу зі змістового модулю «Телереклама», де правильна відповідь одного тестового завдання оцінюється 1 балом;
- 10 тестових завдань закритого типу змістового модулю «Інтернет-реклама», де правильна відповідь одного тестового завдання оцінюється 1 балом;
- 20 тестових завдань закритого типу змістового модулю «Технології виробництва поліграфічної продукції», де правильна відповідь одного тестового завдання оцінюється 0.5 балами.

Критерії оцінювання:

36-40 балів – «відмінно»: безпомилкові і повні відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (не менше 90% потрібної інформації);

30-35 балів – «добре»: достатньо повні і з незначними помилками відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (не менше 75% потрібної інформації);

25-29 балів – «задовільно»: неповні і з помилками відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (не менше 60% потрібної інформації);

1-24 балів – «незадовільно»: недостатні і незадовільні, з суттєвими помилками відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (менше 60% потрібної інформації).

Орієнтовний перелік питань до тестових завдань змістового модулю «Радіореклама»:

1. Дати визначення поняттю рекламного радіопродукту.
2. Пояснити основні поняття і принципи радіореклами.
3. Дати визначення радіорекламі як засобу масової інформації.
4. Проаналізувати специфіку роботи з цільовою аудиторією радіо.
5. Охарактеризувати розвиток радіореклами в Україні.
6. Назвати та охарактеризувати види рекламного радіопродукту.
7. Дати характеристику етапам роботи над рекламним радіопродуктом.
8. Охарактеризувати особливості реалізації концепції рекламного радіоролика.
9. Пояснити особливості створення сценарію до рекламного радіоролика.
10. Проаналізувати вимоги до написання рекламних радіотекстів.
11. Пояснити основи процесу виробництва радіореклами.
12. Охарактеризувати творчу складову реалізації рекламного радіопродукту.
13. Охарактеризувати виробничу складову реалізації рекламного радіопродукту.
14. Охарактеризувати інструментарій реалізації рекламного радіоролика.
15. Охарактеризувати процес підготовки до запису рекламного радіоролика.
16. Пояснити особливості роботи над музичним оформленням рекламного радіоролика.
17. Охарактеризувати специфіку монтажу рекламного радіоролика.
18. Обґрунтувати взаємозв'язок об'єкта реклами з тематикою радіостанції.
19. Охарактеризувати технологію розміщення радіореклами на радіостанції.
20. Охарактеризувати види співпраці рекламодавця з радіостанцією.
21. Охарактеризувати способи оцінки ефективності реалізованого та оприлюдненого рекламного продукту.
22. Пояснити роль зворотного зв'язку для рекламного радіопроекту.

Орієнтовний перелік питань до тестових завдань змістового модулю «Телереклама»:

1. Дати визначення поняттю рекламного телепродукту.
2. Пояснити основні поняття і принципи телереклами.
3. Дати визначення телевізійній рекламі як засобу масової інформації.
4. Проаналізувати специфіку роботи з цільовою аудиторією телебачення.
5. Охарактеризувати розвиток телереклами в Україні.
6. Назвати та охарактеризувати види рекламного телевізійного продукту.
7. Дати характеристику етапам роботи над рекламним телепродуктом.
8. Охарактеризувати особливості реалізації концепції рекламного телевізійного ролика.
9. Пояснити особливості створення сценарію до рекламного телеролика.
10. Проаналізувати вимоги до написання рекламних телевізійних текстів.
11. Пояснити основи процесу виробництва телереклами.
12. Охарактеризувати творчу складову реалізації рекламного телепродукту.
13. Охарактеризувати виробничу складову реалізації рекламного телепродукту.
14. Охарактеризувати інструментарій реалізації рекламного телевізійного ролика.
15. Охарактеризувати процес підготовки до зйомки рекламного телевізійного ролика.
16. Пояснити особливості озвучування рекламного телевізійного ролика.
17. Пояснити особливості роботи над музичним оформленням рекламного телеролика.
18. Охарактеризувати специфіку монтажу рекламного телеролика.

19. Обґрунтувати взаємозв'язок об'єкта реклами з тематикою телеканалу.
20. Охарактеризувати технологію розміщення телереклами на телеканалі.
21. Охарактеризувати види співпраці рекламодавця з телеканалом.
22. Охарактеризувати способи оцінки ефективності реалізованого та оприлюдненого рекламного телепродукту.
23. Пояснити роль зворотного зв'язку для рекламного телепроєкту.

Орієнтовний перелік питань до тестових завдань змістового модулю «Інтернет-реклама»:

1. Охарактеризуйте основи інтернет-реклами.
2. Поясніть види інтернет-реклами.
3. Поясніть модель поведінки користувача в вебпросторі.
4. Основні етапи створення успішної рекламної кампанії в Інтернеті.
4. Охарактеризуйте технічну оптимізацію вебсайтів.
5. Зазначте основні принципи побудови Landing page.
6. Поясніть сутність UX-дизайну.
7. Поясніть сутність UI-дизайну.
8. Чим відрізняється робота front end від back end розробника?
9. Охарактеризуйте сутність пошукової оптимізації вебсайтів.
10. Чинники, які впливають на позицію сайту у видачі пошукової мережі.
11. Перерахуйте внутрішні фактори пошукової оптимізації вебсайту.
12. Перерахуйте зовнішні фактори пошукової оптимізації вебсайту.
13. Перерахуйте поведінкові фактори пошукової оптимізації вебсайту.
14. Охарактеризуйте вимоги до створення якісного контенту.
15. Назвіть особливості створення текстового контенту.
16. Назвіть особливості створення візуального контенту.
17. Назвіть особливості створення відео контенту.
18. Охарактеризуйте сутність пошукової контекстної реклами.
19. Які фактори впливають на позицію рекламного оголошення AdWords?
20. Які фактори впливають на вартість кліку в контекстній рекламі?
21. Які можливості для створення оголошення має Google AdWords?
22. Поясніть значення конверсії та CTR.
23. Що таке «лід» та «воронка продажів»?
24. Які формати відео існують в інтернет-рекламі
25. Основні етапи створення успішної рекламної кампанії в Інтернеті

Орієнтовний перелік питань до тестових завдань модуля «Поліграфічна продукція»:

1. Основні етапи поліграфічного виконання видавничого продукту.
2. Додрукарська підготовка.
3. Основні етапи роботи з поліграфічним підприємством.
4. Вимоги друкарні щодо підготовки видавничого оригінал-макету.
5. Складові додрукарської підготовки.
6. Сигнальний примірник та «чисті аркуші».
7. Кольороподіл.
8. Способи друку.
9. Високий друк.
10. Глибокий друк.
11. Плоский та офсетний друк.
12. Цифровий друк.
13. Спеціальні способи друку.

14. Післядрукарські процеси.
15. Палітурно-брошурувальні процеси.
16. Папір та його особливості.
17. Оздоблювальні процеси.
18. Лакування.
19. Бігування.
20. Фальцування.
21. Тиснення.
22. Основні витратні матеріали.
23. Допоміжні поліграфічні матеріали.

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

Екзаменатори

професор Гоян О. Я.,
доцент Вернигора С.М.,
викладач Селюх Є.С.

Завідувач кафедри

професор Новохатько Л. М.