

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

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

з дисципліни «Історія реклами та PR»

Курс I (1 семестр)

Спеціальність: С7 «Журналістика»

Освітня програма: 1.С7.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю».

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Форма проведення: письмова, студентам пропонується виконати тестові завдання різних типів.

Максимальна кількість балів — 40.

Опис: студентам пропонується виконати 40 тестових завдань закритого типу, а саме:

- 1) багатоваріантні завдання з вибором однієї правильної відповіді;
- 2) завдання типу «Коротка відповідь»;
- 3) завдання на відповідність.

Правильне виконання кожного з 40 тестових завдань оцінюється 1 балом; тестові завдання враховують як знання студентів, так і вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних задач.

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 тематичних питань для тестових завдань:

1. Зробіть порівняльний аналіз історії розвитку двох видів реклами в Україні: друкованої та телевізійної. Як застосувати цей досвід у сучасній рекламній діяльності?
2. Проаналізуйте діяльність основних сейлз-хаузів в Україні (від минулого до сучасності), порівняйте її з особливостями появи, розвитку й керівництва одного з перших сейлз-хаузів — «Відео Інтернешнл» (Video International).
3. Початок рекламного бізнесу в Україні в добу незалежності (1990-ті роки).
4. Зробіть порівняльний аналіз історії розвитку агентств «Інфокон» та «В4В».
5. Порівняйте історію створення, особистості засновників, внесок у розвиток реклами в Україні двох компаній: «DIALLA Communications» та «Консалтинг Україна».
6. Історія агентств BBDO та PROVID в Україні: виникнення, розвиток, керівництво.
7. Розвиток реклами в Україні в 2000-ні роки: що з цього досвіду є найактуальнішим для сучасних українських рекламистів?

8. Зробіть порівняльний аналіз історії розвитку корпорацій: британської «WPP» та японської «Dentsu».
9. Порівняйте історію створення, особистості засновників, основні роботи агентств: «Saatchi & Saatchi» та «Scholz & Friends».
10. Викладіть історію агентства «Navas».
11. Проаналізуйте особливості розвитку реклами у Великобританії, порівняйте відомі вам британські рекламні агентства між собою, а також із агентствами інших країн.
12. Початок рекламного бізнесу в Україні в добу незалежності.
13. Зробіть порівняльний аналіз провідних рекламних агентств Франції.
14. Проаналізуйте розвиток реклами у Франції, порівняйте провідні французькі рекламні агентства з агентствами інших країн.
15. Проаналізуйте особливості рекламного бізнесу Німеччини.
16. Порівняйте історію розвитку реклами в двох країнах: Німеччина та США.
17. Порівняйте історію розвитку реклами в двох країнах: Франція та США.
18. Білл Бернбах, його участь у створенні агентства «DDB».
19. Теорія «Мозкового штурму», історія її створення.
20. Що спільного та відмінного було в історії створення агентства «BBDO», порівняно з іншими рекламними компаніями?
21. Хто розробив концепцію «Унікальна торговельна пропозиція»? Які ще були досягнення у цієї людини?
22. Проаналізуйте досягнення Алекса Осборна в рекламі, порівняйте його з іншими видатними рекламистами.
23. Проаналізуйте розвиток реклами доби Середньовіччя, визначте специфіку цього періоду в історії реклами, порівняно з попередньою та наступною епохами.
24. Россер Рівз і Девід Огілві: спільне й відмінне в діяльності цих рекламистів.
25. Прослідкуйте шлях агентства «Leo Burnett», проаналізуйте відомі рекламні кампанії, здійснені Лео Бернеттом. Порівняйте їх із кампаніями, проведеними Раймондом Рубікамом.
26. Порівняйте історію становлення та подальшої діяльності двох видатних рекламистів: Лео Бернетта й Альберта Ласкера.
27. «Шість заповідей доброго копірайтера».
28. Опишіть основні досягнення, внесок Волні Палмера в розвиток реклами.
29. Проаналізуйте та порівняйте постаті Джорджа Баттена та Брюса Бартона.
30. Клод Гопкінс та його досягнення в рекламній діяльності.
31. Проаналізуйте історію створення та діяльність агентства «Auer & Son», порівняйте з історією будь-якої іншої рекламної компанії.
32. Проаналізуйте особливості розвитку української реклами за радянських часів, порівняйте з попередньою та наступною епохами реклами в Україні.
33. Створення перших рекламних агентств у світі: передумови, назви.
34. Радянська реклама за часів «Перебудови».
35. Проаналізуйте чинники та хід розвитку радянської реклами 1960–1970-х років.
36. Охарактеризуйте історію плакату Франції, в контексті всесвітньої історії рекламних плакатів.
37. Охарактеризуйте історію створення промислових виставок, їх вплив на рекламування товарів. Як застосувати цей досвід у сучасній рекламній діяльності?
38. Проаналізуйте особливості реклами в індустріальному суспільстві, порівняйте її форми та інструменти з особливостями античної реклами.
39. Проаналізуйте вплив промислової революції на розвиток реклами, виставкової діяльності.
40. Порівняйте історичний розвиток упаковки з розвитком вивіски, опишіть їх роль та функції щодо реклами.
41. Проаналізуйте роль релігії в розвитку середньовічної реклами, на конкретних прикладах.

42. Проаналізуйте три інформаційні революції. Яка з них найбільше вплинула на розвиток реклами?
43. Проаналізуйте особливості реклами в первісному суспільстві, виділіть головну його рекламну форму.
44. Розвиток реклами в Середньовіччі: основні особливості, етапи.
45. Проаналізуйте місце глашатаїв (закликальників, оповісників) як перших рекламних агентів, на тлі основних проявів реклами в Стародавньому Римі та Стародавній Греції.
46. Охарактеризуйте письмові повідомлення як засіб впливу на громадську думку в Стародавньому світі.
47. Проаналізуйте прото-PR у Стародавньої Греції, виділіть основні чинники його розвитку.
48. Охарактеризуйте основні чинники розвитку та компоненти прото-PR у Стародавньому Римі.
49. Проаналізуйте застосування технологій впливу на громадську думку політичними лідерами у Стародавньому Римі, знайдіть спільні та відмінні риси, порівняно із сучасністю.
50. Проаналізуйте розвиток прото-PR доби Середньовіччя, визначте його специфіку, порівняно з попередньою та наступною епохами.
51. Діяльність середньовічних братств, спрямована на формування громадської думки: якою вона була, які її методи можна використати в сучасному PR?
52. Проаналізуйте історичний шлях терміну «пропаганда», у його зв'язку з історією PR.
53. Поява терміну «зв'язки з громадськістю», його подальша еволюція в теорії та практиці PR.
54. Роль Реформації та Контрреформації в історії PR.
55. Проаналізуйте специфіку розвитку PR-технологій у США (кінець XIX – початок XX ст.), порівняйте з особливостями інших країн та епох.
56. Особливості теоретичних напрацювань та практичної діяльності А. Лі.
57. Проаналізуйте значення пропаганди в історичному розвитку PR.
58. Е. Бернейз як один із «батьків-засновників» PR.
59. Галузева диференціація PR у середині XX століття.
60. Охарактеризуйте поширену практику впливу на громадську думку в Стародавній Греції.
61. Проаналізуйте військово-політичну пропаганду 1910–1950-х рр., визначте її вплив на теорію та практику PR.
62. Порівняйте між собою видатних ораторів античного світу, їх вплив на розвиток компонентів PR.
63. Роль «Нового курсу» президента Ф. Д. Рузвельта в історії зв'язків з громадськістю.
64. Проаналізуйте, яким саме чином меценатство могло використовуватися як інструмент впливу на громадську думку в античну добу та в часи Середньовіччя.
65. Громадські організації як замовники PR-послуг у XIX – першій чверті XX століття.
66. Проаналізуйте пропаганду країн — членів антигітлерівської коаліції, порівняйте з особливостями роботи американського Бюро воєнної інформації.
67. Охарактеризуйте PR у діяльності бізнес-корпорацій США в другій половині 1920-х – у 1950-ті роки.
68. Опишіть підходи Сократа, Платона та Арістотеля до управління громадською думкою.
69. Еволюція PR у діяльності бізнес-корпорацій Японії та Західної Європи в 1930–1950-ті роки.
70. Британська пропаганда в роки Першої світової війни.
71. Розквіт PR на ґрунті соціально-економічної лібералізації, демократизації, розвитку громадянського суспільства (1960–1980-ті рр.).
72. Проаналізуйте компоненти PR у політичному житті країн Азії (XVI–XVII ст.), знайдіть спільні та відмінні риси з прото-PR у тогочасній Західній Європі.
73. Порівняйте прото-PR у Речі Посполитій (XVI–XVII ст.) з прото-PR у тогочасній Західній Європі, знайдіть спільні та відмінні риси.

74. Проаналізуйте прото-PR XV–XVIII ст., виділіть особливості використання письмових повідомлень у боротьбі за прихильність громадськості в тогочасній Європі. Як застосувати цей досвід у сучасній PR-діяльності?
75. Проаналізуйте історію прото-PR доби Середньовіччя, знайдіть та коротко охарактеризуйте ті її елементи, які були характерні для діяльності ремісників і купців.
76. Проаналізуйте технічні інновації XV–XIX ст.; визначте, які з них безпосередньо стимулювали розвиток компонентів PR у XIX ст., прослідкуйте шляхи впливу цих інновацій на історію PR.
77. Модернізація суспільства в країнах Європи та у США XVIII – першої половині XIX ст., її вплив на розвиток компонентів PR.
78. Проаналізуйте основні чинники та етапи глобалізації PR 1950–1990-х років.
79. Американська асоціація (товариство) із зв'язків із громадськістю (PRSA): створення, головні цілі, досягнення.
80. Історія створення та діяльності Міжнародної асоціації зі зв'язків із громадськістю (IPRA). Норми Кодексу професійної поведінки IPRA.
81. Історія появи та основні положення Кодексу професійної поведінки британського Інституту зв'язків із громадськістю (IPR, CIPR).
82. Розроблення етичного кодексу Американською асоціацією (товариством) зі зв'язків із громадськістю (PRSA), зміни у позиції PRSA з питань дотримання етичних норм.
83. У чому полягає значення ідей та практики видатних діячів Просвітництва для розвитку технологій впливу на громадську думку?
84. Професійні вимоги до членів Міжнародної асоціації зі зв'язків із громадськістю IPRA, відповідно до положень Афінського кодексу (Міжнародний етичний кодекс зв'язків із громадськістю).
85. Поняття про паблісіті, найвідоміші майстри та основні методи формування паблісіті у США та Європі в XIX столітті. Як застосувати цей досвід у сучасній PR-діяльності?
86. Лісабонський, Афінський та Венеціанський кодекси етики PR, їх ініціатори, концептуальні основи, зміст.
87. Час та місце появи перших PR-компаній, здобутки та невдачі цих організацій.
88. Охарактеризуйте основні риси розвитку зв'язків з громадськістю в інформаційному суспільстві. Визначте головні тенденції в розвитку PR-освіти в другій половині XX століття.
89. Перші громадські об'єднання PR-професіоналів, поява та розвиток зв'язків з громадськістю як навчальної дисципліни (перша половина XX ст.).
90. Порівняйте головні світові зміни у PR 1990–2000-ті рр. із перебігом трансформації PR-практики в незалежній Україні.
91. Внесок С. Блека, Ж. Сегела та Г. Берсона у теорію та практику зв'язків із громадськістю: порівняльна характеристика.
92. Проаналізуйте технології впливу на громадськість у політичному житті США наприкінці XVIII — на початку XX ст., знайдіть спільні риси зі сучасними технологіями політичного PR.
93. Охарактеризуйте основні чинники розвитку PR у 1990–2000-ні роки.

Програма екзамену розглянута і затверджена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, протокол № 5 від 17 листопада 2025 р.

Екзаменатор
Завідувач кафедри

доцент Афанасьєв І.Ю.
професор Новохатько Л.М.