

## **Вопросы к зачету по дисциплине «Рекламная деятельность»**

### **Вопросы для проверки уровня обученности «знать»:**

1. Сущность, цели и задачи рекламы.
2. Классификация средств рекламы.
3. Исторические вехи развития рекламы.
5. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса.
6. Основные виды рекламы.
7. Основные требования, предъявляемые к рекламе. Понятие и классификация ненадлежащей рекламы.
8. Маркетинговые исследования в рекламной деятельности.
9. Рекламные стратегии – классификация и характеристика.
10. Роль и задачи социальной рекламы
11. Способы осуществления корпоративной рекламы.
12. Прямая почтовая рассылка – достоинства и недостатки.
13. PR – цели, задачи, принципы, классификация специальных мероприятий.
14. Организация и планирование рекламной кампании .
15. Современные рекламные стратегии.
16. Фирменный стиль рекламодателя и его основные элементы.
17. Виды и типы товарных знаков, их различия и требования к разработке.
18. Сувенирная реклама – классификация, требования к разработке и применение.
19. Основные принципы и правила разработки рекламного обращения.
20. Реклама в прессе – достоинства и недостатки как средства рекламы.
21. Печатная реклама – классификация, достоинства и недостатки как средства рекламы.
22. Классификация и характеристика транспортной рекламы – достоинства и недостатки как средства рекламы.
23. Виды наружной рекламы – достоинства и недостатки как средства рекламы.
24. Нестандартные средства распространения рекламы, классификация и характеристика.
25. Реклама в коммуникационном комплексе маркетинга.
26. Основные разновидности ТВ рекламы – характеристика, достоинства и недостатки.
27. Достоинства и область применения радио как средства рекламы.
28. Основные признаки классификации рекламных средств.
29. Основные виды рекламы в компьютерных сетях и их характеристика.
30. Правовое регулирование рекламной деятельности.
31. Классификация рекламных агентств, организационная структура и персонал.

### 32. Принципы и функции рекламной деятельности.

#### **Вопросы для проверки уровня обученности «уметь»:**

1. Проанализировать многообразие подходов к определению рекламы.
2. Определить перспективы развития рекламного рынка в России.
3. Выявить роль рекламной деятельности в жизни современного общества.
4. Проанализировать коммуникационные характеристики рекламы.
5. Провести сравнительный анализ основных видов рекламы.
6. Выявить основные критерии выбора средств распространения рекламы.
7. Проанализировать достоинства и недостатки основных средств распространения рекламы.
8. Проанализировать возможности применения нетрадиционных средств распространения рекламы.
9. Провести сравнительный анализ предложенных современных рекламных стратегий.
10. Выявить специфику отношений между отделами рекламы, маркетинга и PR заданных типов организаций.
11. Выявить критерии сегментирования групп потребителей и целевой аудитории рекламы заданных товаров.
12. Выявить роль этики и права в решении проблем организации рекламной деятельности в России.

#### **Задания для проверки уровня обученности «владеть»:**

1. Проведите сегментацию аудитории региональных газет и определите особенности размещения в них рекламной информации.
2. Проведите сегментацию аудитории региональных журналов и определите особенности размещения в них рекламной информации.
3. Проведите сегментацию аудитории региональных радиостанций и определите особенности размещения в них рекламной информации.
4. Проведите сегментацию аудитории региональных телеканалов и определите особенности размещения в них рекламной информации.
5. Рассчитайте параметры охвата и частоты при размещении рекламы по заданной схеме (товар, средство распространения рекламы, паттерн охвата).
6. Рассчитайте параметры интенсивности, CPT и GRP при размещении рекламы по заданной схеме (товар, средство распространения рекламы, паттерн охвата).
7. Рассчитайте затраты на изготовление наружной рекламы товара в рамках заданной рекламной кампании.

8. Рассчитайте затраты на изготовление полиграфической рекламы товара в рамках заданной рекламной кампании.
9. Рассчитайте затраты на изготовление рекламы товара в рамках заданной рекламной кампании при применении модели «медиамикс».
10. Разработайте план проведения презентации заданного товара/компании.
11. Разработайте текст рекламного обращения при продвижении заданного товара/компании.
12. Разработайте идею комплекса рекламной продукции в рамках заданной рекламной кампании.
13. Определить целевую аудиторию и рекламную стратегию для продвижения заданного товара/компании.
14. Определите цель, задачи и составьте план рекламной кампании по продвижению заданного товара/компании.