

## Вопросы к экзамену по дисциплине «Социальная реклама»

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

1. Подходы к определению социальной рекламы.
2. Особенности понятия «государственная реклама».
3. Особенности понятия «некоммерческая реклама».
4. Особенности понятия «общественная реклама».
5. Уровни воздействия социальной рекламы.
6. Задачи социальной рекламы.
7. Особенности законодательного регулирования социальной рекламы.
8. Виды социальной рекламы.
9. Инструменты социальной рекламы.
10. Функции социальной рекламы.
11. Период зарождения социальной рекламы в дореволюционной России.
12. Традиции российского меценатства.
13. Специфика социальной рекламы в 1920-е – 1930-е гг.
14. Социальная реклама в годы Великой Отечественной войны.
15. Развитие советской социальной рекламы во втор. пол. XX века.
16. Общая характеристика становления и развития зарубежной социальной рекламы.
17. Специфика выразительных средств социальной рекламы.
18. Формы креатива в социальной рекламе.
19. Функции креатива в социальной рекламе.
20. Рекламный креатив как профессиональная деятельность.
21. Основные правила визуального оформления социальной рекламы.
22. Методика РАМ-проводника при разработке социальной рекламы.
23. Методика слома стереотипа при разработке социальной рекламы.
24. Социальный слоган: функции и направления воздействия.
25. Этапы разработки социального слогана.
26. Типология текстов в социальной рекламе.
27. Стилиевые принципы социальной рекламы.
28. Изобразительно-выразительные средства в текстах социальной рекламы.
29. Понятие эффективности социальной рекламы. Краткосрочная и долгосрочная эффективность.
30. Качественное и количественное измерение эффективности.
31. Социальная реклама и социальный PR.
32. Планирование и реализация социальной рекламной кампании.

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

1. Проанализировать особенности современного этапа развития социальной рекламы.
2. Определить специфику восприятия социальной рекламы российским обществом.
3. Проанализировать факторы доверия к социальной рекламе.
4. Проанализировать особенности креативной социальной рекламы.
5. Социальная реклама и некоммерческие организации: провести анализ опыта взаимодействия.
6. Провести сравнительный анализ социальных рекламных кампаний и акций, проведенных в России и за рубежом.
7. Провести анализ планирования и реализации социальных PR-кампаний.
8. Проанализировать факторы государственного и коммерческого влияния на социальную рекламу в России и за рубежом.
9. Выделить место социальной рекламы в органах государственной власти.
10. Социальная реклама и бизнес: провести анализ опыта взаимодействия.
11. Проиллюстрировать миссию социальной рекламы на примерах российского и зарубежного опыта.
12. Провести анализ кампаний по социальной рекламе, проведенных в России и за рубежом, с использованием креативных методик создания социальной рекламы.

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

1. Провести анализ социальных проблем региона. Выделить ряд проблем, решение которых может быть осуществлено с применением инструментария социальной рекламы.
2. Разработать идею серии полиграфической социальной рекламы на заданную тему.
3. Разработать идею рекламной продукции по заданной тематике с использованием методики RAM-проводника.
4. Разработать идею социальной рекламы на нестандартных носителях.
5. Написать образец пресс-релиза (анонса) в рамках социальной рекламной кампании.
6. Написать образец пресс-релиза (отчета) в рамках социальной рекламной кампании.
7. Написать образец приглашения на специальное мероприятие в рамках социальной PR- кампании.
8. Написать план специального мероприятия в рамках социальной PR- кампании.
9. Написать литературный сценарий радиоролика по выбранной социальной тематике.
10. Написать литературный сценарий телевизионного ролика социальной рекламы.
11. Написать режиссерский сценария телевизионного ролика социальной рекламы.

12. Разработать медиа-бриф для проведения социальной рекламной кампании.
13. Разработать креатив-бриф для проведения социальной рекламной кампании.
14. Разработать план социальной рекламной кампании по заданной тематике.