


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тверской государственный технический университет»  
(ТвГТУ)

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий каф. Социологии  
социальных технологий

 Э.Ю. Майкова  
« 29 » 03 2019 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Промежуточной аттестации: зачет  
Рекламоведение

Направление подготовки бакалавров 39.03.01 Социология  
Направленность (Профиль) – Общая социология  
Типы задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский

Разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины  
Рекламоведение

Утвержденной \_\_\_ 26 \_\_\_ 03 \_\_\_ 20 \_\_\_ 19 \_\_\_ г.

Разработчик  И.Н. Алешина

Тверь 2019

Список вопросов по дисциплине:

Вопросы для проверки уровня «ЗНАТЬ»

1. Методы рекламного воздействия.
2. Особенности психологических приемов в рекламе.
3. Реклама в системе PR-коммуникаций.
4. Методы оценки эффективности рекламы.
5. Целевая аудитория: специфика исследования.
6. Реклама на месте продажи: формы и специфика.
7. Внешний вид товара и упаковка как разновидности рекламы.
8. Брэнд - стратегия завоевания рынка.
9. Этика в рекламе: понятие социальной ответственности.
10. Социальная реклама: основные направления и специфика.
11. Особенности TV- и радиорекламы.
12. Выбор средств рекламы; методы и основания.
13. Реклама в печати: подходы и оценка.
14. Функции рекламы, ее роль в обществе.
15. Участники рекламного процесса: их роль и взаимодействие.
16. Причины и формы возникновения рекламы.
17. Реклама в античности, средние века и Новое время.
18. Торговая марка.
19. Роль НТР в развитии рекламы.
20. Недобросовестная и запрещенная реклама.
21. Методы воздействия рекламы.
22. Участники рекламного процесса.
23. Эффект привлекательности.
24. Реклама в России в переходный период.
25. Типология рекламы.
26. Целевая аудитория рекламы.

Вопросы для проверки уровня «Уметь»

27. Этика рекламы.
28. Законодательное обеспечение рекламного процесса.
29. Стадии воздействия рекламы.
30. Особенности рекламы в России.
31. Брэндинг.
32. Интерактивная реклама.
33. Каналы распространения рекламы.
34. Имиджевая реклама.
35. Наружная реклама.
36. Роль рекламы в бизнесе.
37. Особенности радиорекламы.
38. Роль социологических исследований в рекламном процессе.

39. Сегментирование аудитории.
40. Психологические методы в рекламе.
41. Методы привлечения внимания в рекламе.