

659.1 (075.8)

A704
✓

Київський національний університет культури і мистецтв
Кафедра зв'язків з громадськістю та журналістики

Досенко А. К.

РЕКЛАМА: базові аспекти для початківця

Навчально-методичний посібник

331760



Київ – 2017



УДК 659
Д 701

Рекомендовано до друку Головною вченою радою Київського національного університету культури і мистецтв (протокол № 20 від 3 квітня 2017 р.)

Досенко А. К.

Реклама: базові аспекти для початківця: навчально-методичний посібник / [авт. Досенко А. К.] – К. : КНУКіМ, 2017. – 220 с.

Рецензенти:

Гарачковська Оксана Олександрівна – доктор філологічних наук, доцент кафедри зв'язків з громадськістю та журналістики факультету журналістики і міжнародних відносин Київського національного університету культури і мистецтв;

Шульгіна Валентина Іванівна – доктор філологічних наук, доцент кафедри реклами, зв'язків з громадськістю та журналістики Навчально-дослідного Інституту журналістики і міжнародних відносин Національного авіаційного університету;

Цуканова Ганна Олександрівна – кандидат наук із соціальних комунікацій, асистент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Навчально-методичний посібник призначений для студентів, які навчаються за спеціальністю «Реклама та зв'язки з громадськістю», «Реклама», «Журналістика», «Менеджмент шоу-бізнесу», «Менеджмент модельного бізнесу».

Подано загальні положення про рекламу, законодавчу базу, основні поняття рекламної справи. Детально розглядаються види реклами. Увага приділяється копірайтингу як одному з домінуючих видів роботи в рекламній царині. Конкретизується методика написання та розробки рекламних текстів і всіх його структурних частин. Також подано матеріал, що стосується реклами у туристичному бізнесі. Розглянуто особливості туристичної реклами, її схожість та відмінності від інших видів реклам.

ISBN 978-966-602-199-4

УДК 659
Д 701

ЗМІСТ

	Стор.
Вступ.....	5
Тема 1. Творча платформа і концепція реклами	7
Тема 2. Рекламний текст як засіб впливу на свідомість індивіда	26
Тема 3. Різновиди макетів друкованої реклами	41
Тема 4. Унікальна торгова пропозиція як базова рекламна стратегія.....	53
Тема 5. Основний текст рекламного звернення: базові параметри створення	62
Тема 6. Соціальна реклама медіа простору: зародження та розвиток	70
Тема 7. Засади паблік рилейшнз: сутність стратегій	99
Тема 8. Технології паблік рилейшнз як ключовий фактор соціальних комунікацій.....	107
Тема 9. Поняття і напрямки рекламної діяльності туристичного підприємства	112
Тема 10. Правила проведення рекламної кампанії та акцій паблік рилейшнз	122
Тема 11. Реклама у блогосфері: специфіка існування	132
Рекомендовані теми і завдання практичних занять	138
Рекомендовані теми і завдання для самостійної роботи	142
Методичні рекомендації до самостійної та індивідуальної роботи студентів	144
Методичні рекомендації до виконання практичних та самостійних робіт для студентів, що навчаються за дистанційною формою навчання.....	145
Теми і завдання для самостійних робіт для студентів, які навчаються за заочною формою.....	152
Рекомендовані тести	156
Пропонована тематика контрольних робіт	182
Методичні рекомендації до виконання контрольних робіт курсу «Реклама».....	184
Підготовка проекту-презентації	185
Орієнтовні теми рефератів	186

Індивідуальне навчально-дослідне завдання	187
Методичні рекомендації до написання навчально-дослідного завдання.....	188
Орієнтовні запитання і завдання до семестрового контролю...	189
Рекомендована література.....	192
Додатки:	
креативний бриф	201
клієнтський бриф.....	203
бриф Intercharm 2016 (рос.мовою	204
факт-лист.....	207
прес-анонс	208
прес-реліз	209
програма і прес-реліз до «halloween zombie party» (рос.мовою).....	212
приклади рекламних флаєрів	215
приклади рекламних банерів.....	217