А.М.Елизаров, директор рекламного агентства «Мир»

Кафедра рекламы

5 курс, реклама, дневное отделение

9 семестр

2010-2011 уч.г.

Коммерция

Вопросы к экзамену

1) Реклама как бизнес. Принципы и общая характеристика.

2) Принципы организации и проведения тендеров в коммерческой деятельности.

3) Открытый и закрытый тендеры.

4) Способы защиты авторских прав на работы, создаваемые в рамках тендера.

6) Процедура принятия агентством решения об участии в тендере.

7) АКАР: функции, проекты, права членов.

8) Рекомендации АКАР для организации тендеров.

9) Критерии оценки результатов тендера.

10) Виды рекламных агентств.

11) РА полного цикла – функции.

12) BTL - агентства.

13) PR - агентства.

14) Агентства-байеры.

15) Медийные агентства.

16) Креативные компании, дизайн-студии.

17) Разработчики стратегий, концепций.

18) Интернет-агентства.

19) Структура РА и функции.

20) Департамент по работе с клиентами - устройство и функции.

21) Департамент нового бизнеса - функции.

22) Департамент стратегического планирования - функции.

23) Отдел медиапланирования – функции

24) Креативный отдел – функции и структура

25) Отдел исследований – функции.

26) Post Buying Analysis.

27) Основные критерии отбора рекламных носителей.

28) Задачи, реализуемые в рамках рекламной кампании.

29) Виды и особенности наружной рекламы.

30) Порядок согласования производства наружной рекламы.

31) Виды и особенности транзитной рекламы.

32) Сравнительный анализ рекламных подходов в рамках УЭП и УТП.

33) Использование возможностей обратной связи при выборе рекламоносителей.

34) Принципы общения с заказчиком.

35) Документы, создаваемые агентством в процессе реализации рекламного контракта.

36) Стратегии развития бизнеса рекламного агентства.

37) Принципы и программы лояльности для клиентов рекламного агентства.

38) Ценообразование в рекламном агентстве. Ценовая стратегия.

39) Объект продажи в рекламном бизнесе.