

## **ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ И ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ**

1. Основные этапы исторического развития наружной рекламы в России и странах Запада.
2. Основные виды стационарной наружной рекламы. Формат.
3. Особенности психологического восприятия наружной рекламы.
4. Транзитная реклама. Реклама на движущихся носителях.
5. Специфика рекламы на местах продаж. Виды POS-материалов.
6. Особенности макетирования и «привязки» наружной рекламы к месту установки.
7. Особенности правового регулирования сферы наружной рекламы.
8. Технологии изготовления наружной рекламы, используемые материалы.
9. Нестандартные рекламоносители.
10. Творческие приемы создания наружной рекламы.
11. Субъективные и интуитивные методы планирования рекламной деятельности.
12. Задачи и общая характеристика наружной рекламы в России.
13. Программные средства для макетирования.
14. Современные тенденции в рекламе.
15. Макет и его разновидности.
16. Требования, предъявляемые к наружной рекламе.
17. Достоинства наружной рекламы, её особенности.
18. В чем заключаются особенности наружной рекламы.
19. Стелы. Пилоны. Описание данных рекламных конструкций.
20. Крышные установки. Описание данных рекламных конструкций.
21. Стенды. Штендеры. Щиты. Описание данных рекламных конструкций.
22. Объемные буквы. Описание данных рекламных конструкций.
23. Указатели. Перетяжки. Описание данных рекламных конструкций.
24. Эффективные способы работы наружной рекламы.
25. Правила успешности наружной рекламы.
26. Классификация рекламных средств. Рекламные элементы. Нерекламные элементы
27. Требования, предъявляемые к наружной рекламе.
28. Достоинства и недостатки наружной рекламы.
29. Фирменный стиль как совокупность постоянных изобразительных, визуальных, информационных средств.
30. В чем заключается комплексное оформление фасада.
31. Изобразительные, визуальные, информационные средства при оформлении витрин.
32. Оборудование для изготовления наружной рекламы.
33. Технология изготовления наклейки букв из пленки Oracal.
34. Виды широкоформатной печати.
35. Плоттер: виды, тип разрешения.
36. Банерная сетка, её разновидности и применение.
37. Виды нестандартной рекламы.
38. Применение интерьерной рекламы.
39. Недостатки в наружной рекламе и способы их устранения.

## КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка		Характеристика знания предмета и ответов
отлично (5)	зачтено	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач
хорошо (4)		Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)		Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	незачтено	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.