

MEDIJSKE KOMUNIKACIJE ISPITNA PITANJA

1. Publicitet
2. Oglašavanje
3. Kreativne strategije za prezentaciju promotivne poruke
4. Planiranje i zakup medijskog prostora
5. Analiza mas-medija u kontekstu marketinga i odnosa s javnošću
6. Specifičnosti televizije
7. Specifičnosti radija
8. Specifičnosti novina
9. Specifičnosti časopisa
10. Specifičnosti interneta
11. Osnovni kvantitativni pokazatelji o medijima
12. Medijski auditorijum i ciljne grupe medija
13. Uticaj medija i indeks uključenosti
14. Proizvodnja medijskog sadržaja
15. Osnovni novinarski žanrovi
16. Odnosi sa medijima kao funkcija u organizaciji (organizaciono rešenje i osnovna sredstva)
17. Medijska kampanja - situaciona analiza
18. Medijska kampanja - definisanje cilja medijske kampanje
19. Medijska kampanja - identifikacija i analiza ciljnih javnosti
20. Medijska kampanja - analiza i izbor medija
21. Medijska kampanja - predstavnik za medije
22. Medijska kampanja - formulisanje ključne poruke
23. Strategije i taktike za stvaranje publiciteta
24. Tehnike i instrumenti komunikacije sa medijima- Saopštenje za javnost
25. Tehnike i instrumenti komunikacije sa medijima- Konferencija za medije
26. Javni nastup u medijima
27. Sadržaj i forma javnog nastupa
28. Intervju
29. Tehnike odgovaranja na novinarska pitanja
30. Evaluacija efekata medijske kampanje
31. Integrisanje publiciteta i oglašavanja
32. Nove tendencije u oglašavanju i publicitetu
33. Hibridne medijske forme

Za pripremu ispita potrebno je koristiti knjigu:

Naziv: Medijska kampanja-publicitet i oglašavanje

Autor: Tamara Vlastelica

Izdavač: Zadužbina Andrejević, Beograd, 2007.