

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ
по дисциплине «Теория и практика рекламы»
по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»
группы РСО-21, РСО-22, 2017/2018 уч.год
Преподаватель Антипова Е.А.

1. Реклама как вид социальной коммуникации.
2. Основные требования, предъявляемые к распространению рекламы в РФ.
3. Основные понятия рекламы: ненадлежащая, недобросовестная, недостоверная, неэтичная и заведомо ложная.
4. Классификация средства рекламы (рекламоносители).
5. Жанровые виды рекламного текста.
6. Правила и этапы создания рекламного обращения.
7. Структура рекламного обращения.
8. Участники рекламного процесса.
9. Имиджевая реклама: цели, задачи, отличия от товарной рекламы.
10. Целевая аудитория: учет потребностей и ценностей адресата в рекламе.
11. Восприятие и рекламный образ: приемы психологического воздействия рекламы.
12. Товарные знаки, их функции, классификация.
13. Понятие фирменного стиля.
14. Особенности брендинга как технологии создания фирменных товаров.
15. Отличие качественных и количественных исследований и их назначение в рекламе.
18. Критерии и методы оценки эффективности рекламы.
19. Структура и принципы составления рекламного текста.
20. Взаимодействие текста, изображения, видеоряда и звука при передаче рекламного текста.
21. Маркетинговые исследования в рекламе.
22. Социологические исследования в рекламе.
23. Наиболее распространенные виды печатной рекламы.
24. Отличие рынка рекламных услуг от рынка товаров.
25. Рекламный образ: требования и приемы создания.
26. Упаковка как маркетинговая коммуникация.
27. Известность товара (вербальная, визуальная, письменная) в рекламе.
28. Манипулятивные возможности рекламы.
29. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
30. Реклама и стадии жизненного цикла товара.
31. Учет потребностей и ценностей адресата в рекламе.
32. Восприятие и рекламный образ.
33. Психологические аспекты восприятия цвета, звука, текста.
34. Факторы повышающие запоминаемость рекламы.
35. Языковые особенности рекламного текста.
36. Художественные и риторические приемы в рекламе.
37. Виды рекламных компаний и их сущность.
38. Понятия имиджа и бренда.
39. Понятие фирменного стиля.
40. Задачи исследования рекламного рынка.
41. Наружная реклама: функции и виды.
42. Рекламный процесс и его участники.
43. Слоган: функции, виды и место в структуре рекламного обращения.
44. Взаимодействие текста, изображения, видеоряда и звука при передаче рекламного текста.

45. Товарные знаки, их функции, классификация.
46. Классификация средства рекламы (рекламаносители).
47. Социальная реклама как современный способ воздействия на общество.
48. Участники рекламного процесса.
49. Процесс разработки рекламных обращений.
50. Правила и этапы создания рекламного обращения.