

## ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

### Тема 1. Введение. Реклама и рынок.

1. Рекламный ролик.
2. Психологические моменты и методы в профессиональном рекламном фильме.
3. Особенности используемого в рекламном ролике жанра.
4. Новые кино-, видео-, цифровые и компьютерные технологии в производстве рекламных роликов.

*Термины:* реклама, общество, потребности, рыночные отношения, рекламный продукт

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:

Какими средствами рекламный ролик создает образ?

Почему важно учитывать жанровые особенности рекламного ролика?

Почему реклама – особая форма внутривидовой коммуникации

Как происходит формирование рекламного продукта

*Литература:* [\[10 - Глава 2.3, Глава 2.4\]](#)

### Тема 2. Телевидение как приоритетный вид рекламирования.

1. Зависимость от ТВ.
2. Воздействие ТВ.
3. Телевизионная реклама как страхового агент.

*Термины:* телевидение, общество, городское общество, влияние телевидения

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.

2. Темы творческих работ:

Какую роль играет телевидение в современном обществе?

Зависимость от телевидения

На какие каналы восприятия оказывает воздействие телевидение?

*Литература:* [\[10 - Глава 2.3, Глава 2.4\]](#)

### Тема 3. Развитие телерекламы в России.

1. Кино в начале XX.
2. «Прайм-тайм»- «смотрибельное» время.
3. 8 из 10 потенциальных покупателей.

*Термины:* товарный рынок, общество, потребности, внутривидовая коммуникация, рекламный продукт

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.

2. Темы творческих работ:

Какую роль играет телереклама в современном обществе?

Как телевидение стало самым смотрибельным искусством?

Сколько людей смотрит ТВ ежедневно?

*Литература:* [\[11 - Стр. 63-76\]](#)

#### **Тема 4. Виды и классификация телерекламы.**

1. Телевидение наиболее массовое средство охвата потребителей.
2. Виды рекламы на ТВ.
3. Рекламный видеоролик - это звуковой фильм, записанный на магнитной ленте.
4. Рекламный киноролик - это отснятый на киноплёнке звуковой кинофильм.

*Термины:* киноролик, видеоролик, рекламная передача, телеобъявление

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:

Виды телевизионной рекламы?

Разница между видеороликом и кинороликом?

Когда использовать киносъёмку?

*Литература:* [\[10 - Главы 3-4\]](#)

#### **Тема 5. Радиореклама.**

1. Радиореклама ненамного отстаёт от телевизионной.
2. Охват радиоаудитории.
3. Чем активнее человек, тем больше он слушает радио.
4. Радио наименее агрессивный медианоситель.

*Термины:* радиовещание, общество, медианоситель

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:

Какую роль играет радиореклама в современном обществе?

Как радио коммуницирует с потребителем?

Когда радиореклама предпочтительнее?

*Литература:* [\[11 - Стр. 297-291\]](#)

#### **Тема 6. Драматургия радио- и видеоролика.**

1. Основные принципы разработки рекламной идеи.
2. Сценарно-режиссерский ход выражается в трех видах:
  - a) декоративно-образном;
  - b) музыкально-образном;
  - c) образно-игровым.
3. Логическая связь и тематическое единство рекламного ролика.

*Термины:* сценарно-режиссерский ход, драма, визуальное выражение качества

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:

Методы достижения оригинальности рекламного ролика?

Внутренняя логическая связь и тематическое единство рекламного ролика?

В каких видах выражается сценарий ролика?

*Литература:* [\[11- Стр. 499-511\]](#)

### **Тема 7. Ролик как инструмент маркетинга.**

1. Интересный, качественный и креативный ролик – инструмент маркетинга.
2. Инструмент увеличения продаж.
3. Интерес к бренду.

*Термины:* рекламная идея, инструмент маркетинга, успешный бизнес

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:

Как ролик становится инструментом маркетинга?

Как рекламный ролик вызывает доверие и интерес покупателей?

Почему больше 70% потребителей предпочтут посмотреть ролик, и только потом совершить покупку или заказать услугу?

*Литература:* [\[10 - Глава III, тема 12\]](#)

### **Тема 8. Жанры рекламных роликов.**

1. "Одинокий товар".
2. Ситуация "до" и "после".
3. Испытания в экстремальных условиях ("испытания пыткой").
4. Показ "бок о бок".

*Термины:* одинокий товар, ситуация до и после, испытания пыткой, бок-о-бок

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:

Какую роль играют жанры рекламных роликов при выборе стратегии рекламной кампании?

Как человек удовлетворяет свои базовые потребности?

Зависимость качества рекламного ролика от выбора жанра

Как происходит выбор жанра?

*Литература:* [\[10 - Главы 3-4\]](#)

### **Тема 9. Вирусное видео.**

1. Всемирно известные бренды создают свой имидж при помощи красочной рекламы на телевидении.
2. Видеоролики, которые собирают миллионы просмотров.
3. Основные признаки вирусного видео.

*Термины:* реклама, общество, потребности, бесплатное распространение, интернет

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:

Почему вирусное видео считается наиболее эффективным способом продвижения нового продукта?

Приемы создания вирусного видео

Вирусное видео в продвижении нового бренда или ребрендинга старого

*Литература:* [\[11 - Стр. 297-313\]](#)