

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Правовые основы литературного редактирования.
2. Способы верификации фактического материала.
3. Задачи редактора рекламного текста.
4. Задачи редактора рг-текста.
5. Правка текста и ее виды.
6. Работа над композицией рекламного и рг-текста.
7. Допустимость разговорной речи в массовой коммуникации.
8. Практика применения неологизмов в рекламных текстах.
9. Научность и псевдонаучность рекламных текстов.
10. Манипулятивные технологии рекламных и рг-текстов.
11. Может ли рекламный текст обойтись без манипуляций.
12. Креативная значимость архаизмов в рекламных и рг-текстах.
13. Цели использования диалектизмов в рг-текстах.
14. Омонимия как одно из эффективных средств создания рекламного каламбура.
15. Функциональная стилизация как выразительный рекламный прием.
16. Значение заголовка в рекламном и рг-тексте.
17. Средства экспрессивного синтаксиса в современной рекламе.
18. Популярные стилистические приемы современной рекламы.
19. Изобразительный текст и способы его совершенствования.
20. Каким не должен быть пресс-релиз.