

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ (3 семестр)

1. Какие основные подходы к пониманию рекламы вы можете описать?
2. В чем, по вашему мнению, причина возникновения различных подходов к рекламе?
3. Почему некоторые подходы относятся к основным, а некоторые – к менее значимым?
4. Дайте понятие основным ролям рекламы.
5. С чем связана необходимость многопланового рассмотрения роли рекламы в современном обществе?
6. Меняется ли со временем роль рекламы в обществе? Аргументируйте свой ответ.
7. Опишите самый стремительный этап развития рынка рекламы.
8. Назовите критерии, по которым классифицируют рекламу.
9. Дайте понятие некоммерческим типам рекламы.
10. Дайте понятие коммерческим типам рекламы.
11. Почему рекламная коммуникация относится к социальным коммуникациям?
12. Какова роль теории коммуникаций в формировании эффективной рекламной коммуникации?
13. Для чего рекламисту надо знать основы семиотики?
14. Опишите схему рекламной коммуникации.
15. Дайте понятие и определите сущность публичных рилейшнз.
16. Опишите роль рекламы на разных стадиях развития бренда.
17. Какую роль играет брендинг в позиционировании предприятия на рынке?
18. Что такое фирменный стиль? И какие его основные элементы?

ПРАКТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ.

1. Опишите максимальное количество ролей рекламы в рекламном ролике.
2. Подберите видеоролик на каждый из видов некоммерческой рекламы.
3. Проясните видеоролик, в котором будет присутствовать не менее 3 видов коммерческой рекламы.
4. Опишите максимальное количество видов рекламы по различным классификационным критериям (не менее 8 критериев).
5. Приведите примеры удачного (неудачного) использования кода в рекламных роликах.
6. На примере конкретных рекламных роликов продемонстрируйте использование архетипов и стереотипов.
7. На примере известной Вам компании, опишите максимальное количество элементов фирменного стиля.