

ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ПРАКТИЧЕСКИ ЗАНЯТИЯМ

РАЗДЕЛ I . РЕКЛАМА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН (VI СЕМЕСТР)

Тема 1. Возникновение рекламы и развитие рекламного дела.

1. История возникновения рекламной деятельности.
2. Основные этапы развития рекламы.
3. Триумфальные шествия Древнего Рима и Древней Греции, как одна из первых форм рекламного сообщения.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы практических работ:
 - Аналитическое эссе на тему: «Значение рекламы в современной культуре».
 - Проанализировать рекламную кампанию нескольких товаров или услуг (по выбору) на федеральных телеканалах и радиостанциях.

Литература: [[1](#) — С. 2-30; [3](#) — С. 6-25]

Тема 2. Психология рекламы.

1. Психологическое воздействие рекламы на потребителей.
2. Товары функциональные, гедонистические и престижные.
3. Суггестия - убеждение на эмоциональной основе.
4. Формула АИДА: внимание - интерес – желание - действие.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы практических работ:
 - Мотивационный анализ рекламных проектов.
 - Классифицировать рекламные телевизионные и радиоролики по разным критериям (стадия рекламной компании, время выхода, адресность рекламных сообщений, использование мотивов аудитории).

Литература: [[1 — С. 2-30](#); [4 — С. 8-19](#)]

Тема 3. Виды и цели рекламы.

1. Социальные функции рекламы.
2. Основные виды рекламы.
3. Особенности создания интернет-рекламы.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы практических работ:
 - Анализ и мониторинг действенной интернет-рекламы.
 - Разбор и обзор разных видов интернет-рекламы.

Литература: [[1 — С. 31-118](#); [4 — С. 87-112](#)]

Тема 4. Специфика телевизионной рекламы.

1. Ценность телевидения как средства распространения рекламы.
2. Виды телевизионной рекламы.
3. Правила создания телевизионной рекламы.
4. Хронометраж рекламного ролика на телевидении.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы практических работ:
 - Анализ, мониторинг и обработка материалов по истории возникновения мировой рекламной деятельности.

Литература: [[3 — С. 40-64](#); [4 — С. 159-177](#)]

Тема 5. Цвет в рекламном сообщении и особенности восприятия рекламных материалов на телевидении.

1. Психология восприятия рекламных материалов.
2. Цвет как важный фактор в телевизионной рекламе.
3. Принцип цветовой диагностики Макса Люшера.
4. Эмоции в рекламе.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы практических работ:
 - Мониторинг и анализ видеоматериалов
 - Цветовая диагностика Макса Люшера.

Литература: [[3 — С. 40-64](#); [4 — С. 181-211](#)]

Тема 6. Музыкальное оформление в рекламном сообщении.

1. Исторические предпосылки использования музыкального произведения в других видах искусства.
2. Production library (продакшн музыка).
3. Влияние музыки на запоминание рекламы.
4. Использование классической музыки в рекламе и ее влияние на зрителя.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы практических работ:

Литература: [[3 — С. 89-137](#); [4 — С. 181-211](#)]

Тема 7. Понятие слогана в современной рекламе.

1. Исторические предпосылки появления слогана.
2. Эволюция слогана.
3. Функции и особенности создания слогана.
4. Понятие «бренд».
5. Мировые бренды и значения слогана в их коммерческом успехе.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы практических работ:
 - Мониторинг и анализ видеоматериалов с использованием слоганов мировых брендов.
 - Компиляция различных брендов в один проект, согласно режиссерскому задуму.

Литература: [[1 — С. 154-179](#); [3 — С. 3-39](#)]

РАЗДЕЛ II. МЕТОДЫ И СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ (VII СЕМЕСТР)

Тема 1. Продакт-плейсмент (скрытая реклама).

1. Становление скрытой рекламы в мировом кинематографе.
2. Продакт-плейсмент в мировой литературе.
3. Преимущества и недостатки скрытой рекламы.
4. «Обратная» скрытая реклама.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы практических работ:
 - Мониторинг и анализ видеоматериалов с использованием продакт-плейсмента.

Литература: [[1 — С. 2-30](#); [3 — С. 6-25](#)]

Тема 2. Методы воздействия телевизионной рекламы

1. 1. Типологизация рекламных роликов.
2. 2. Основные жанры телевизионной рекламы.
3. 3. Категории и типы подачи информации.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы практических работ:
 - мониторинг материала по типовым признакам.
 - сбор и анализ рекламы по направлениям: операторский, режиссерский, информационный тип.

Литература: [3 — С. 49-79; 4 — С. 9-34]

Тема 3. Структура телевизионной рекламы.

1. Специфика композиционного построения сценария рекламного ролика.
2. Требования к рекламным материалам.
3. Способы и методы привлечения внимания к рекламе.
4. Использование мотивов потребителей.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы практических работ:
 - а) Оформить замысел и подготовить литературный (или режиссерский) сценарий для рекламы товаров на телевидении и радио:
 - мобильный телефон;
 - жевательная резинка;
 - стиральный порошок;
 - туристическое агентство;
 - студия загара;
 - учебное заведение;
 - средство личной гигиены;
 - оператор мобильной связи и т.д.

Литература: [3 — С. 6-39; 4 — С. 9-34]

Тема 4. Сценарно режиссерский ход рекламного видеосюжета.

1. Художественный образ в рекламе.
2. Образно-смысловой ход в сценарии рекламного ролика.
3. Особенности темпа-ритма в рекламном сообщении.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы практических работ:
 - мониторинг художественного образа в рекламе на примере мировых брендов.
 - подбор материала с учетом различного темпо-ритма.

Литература: [2 — С. 45-74; 4 — С. 9-34]

Тема 5. Социальная реклама.

1. Понятие и функции социальной рекламы.
2. Особенности создания социальной рекламы.
3. Виды социальной рекламы.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы практических работ:

- мониторинг социальной рекламы в отечественном СМИ.
- анализ и подбор видеоматериала.
- работа над сценарием социального ролика.

Литература: [[3](#) — С. 75-100; [4](#) — С. 220-246]

Тема 6. Политическая реклама.

1. Понятие и функции политической рекламы.
2. Особенности создания политической рекламы.
3. Понятие имиджа в политической.
4. Роль цвета в технологиях манипулирования сознанием избирателей.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы практических работ:
 - мониторинг политической рекламы в отечественном СМИ.
 - анализ и подбор видеоматериала.
 - работа над сценарием политического ролика.
 - создание политического имиджа.

Литература: [[4](#) — С. 220-246]