

## Содержание

### Тема 1. Модерация рекламных обращений

1. Реклама и современный социум
2. Рекламное обращение
3. Целевая аудитория
4. Корреляция рекламного продукта с НЛП как средством рекламной коммуникации

### Тема 2. Язык рекламы

1. Алгоритм рекламного текста
2. Структура и функции рекламного текста
3. Выразительные средства речи в рекламе

### Тема 3. Рекламный слоган

1. Понятие и функции слогана
2. Методика написания слоганов
3. Слоганы в практике рекламной деятельности

### Тема 4. Семиотика и стилистика рекламы.

#### Копирайтинг

1. Стил ь и семиотика рекламы
2. Копирайтинг. Технология "степ бай степ"
3. Язык имиджа в рекламе

### Тема 5. Интегрированные рекламные коммуникации

1. Директ-маркетинг
2. Восприятие рекламы и сейлз-промоушн
3. Рекламный макет

### Тема 6. Технологии информационного воздействия в рекламных коммуникациях

1. Информационное воздействие в рекламных коммуникациях

2. Информация: дополнительное свидетельство, победившая сторона, использование авторитетов, создание контраста, сравнение
3. Метод "Сценарий: проблема-решение"

Тема 7. Креативные технологии разработки и продвижения бренда

1. Поиск рекламной идеи
2. Управление брендом как рекламная стратегия
3. Разрешение нестандартных ситуаций и юмор, шок, славянизация, секс, игра — креативный резерв рекламы
4. Технологии производства бренда и формирование его концепции

Тема 8. Хот-шоп рекламы

1. Проектирование бренда в рекламной кампании
2. Механизмы публичных рилейшнз в рекламной кампании
3. Технологии связей с общественностью в рекламной деятельности
4. Преимущества использования BTL-технологий

Тема 9. Жанры рекламы

1. Реклама в России. Основные события
2. Радиореклама. Проблемы и перспективы
3. Наружная реклама и реклама в газетах и журналах

Тема 10. Исследование и экспертиза рекламного продукта

1. Понятие психологической безопасности и корректности рекламы
2. Исследование восприятия рекламных образов
3. Корректность и эффективность рекламы
4. Психотехнический анализ воздействия рекламы

Тема 11. Кейсворг рекламного продукта в электронных СМИ

1. Проблемы рекламы на ТВ и кинореклама
2. Основы операторского искусства и сценарного мастерства
3. Рекламный тендер и подготовка рекламных роликов
4. Электронные коммуникации: бренд и баннерная реклама

## Тема 12. Интернет-реклама: технологии создания и дизайн

1. Технология создания Web-сайта
2. Рекламный дизайн Web-сайта: история возникновения, особенности применения

## Тема 13. Технология производства выставочного продукта

1. История развития технологии оформительского искусства выставок в Советском Союзе
2. Роль и место связей с общественностью в выставочной деятельности организации
3. Информационно-аналитическая деятельность организации во время проведения выставки
4. Организационные вопросы производства выставочного продукта

Теоретическое обоснование оценки эффективности выставочного проекта  
(модель практической разработки)

Приложения

Указатель терминов

Литература