

**Вопросы к зачету по дисциплине
«Психология рекламной деятельности»**

1. Предмет, цели и задачи психологии рекламной деятельности
2. Связь дисциплины с науками и отраслями психологии
3. Категории психологии рекламной деятельности.
4. Психологические исследования рекламы: обзор и анализ.
5. Мифы и факты рекламной деятельности.
6. Характеристика участников рекламной деятельности, их структура и взаимосвязь.
7. Основные способы воздействия в рекламе.
8. Схема и характеристика поведения покупателей (по Лавиджу и Стейлеру).
9. Критерии и показатели эффективности рекламной деятельности.
10. Анализ психических процессов при подготовке рекламного воздействия.
11. Использование особенностей ощущений и восприятия в рекламе.
12. Особенности и основные свойства внимания: устойчивость, объем, распределение, их учет в организации рекламного воздействия.
13. Виды памяти. Использование в рекламе определенных психологических закономерностей запоминания информации.
14. Специфика мыслительной деятельности. Законы и механизмы. Роль ассоциативного мышления в эффективности восприятия рекламы.
15. Эмоции как важнейший компонент социально-психологических установок.
16. Экспериментальные исследования эмоциональных реакций человека.
17. Мотивационно-эмоциональные аспекты рекламного воздействия.
18. Эмоциональный фон рекламного воздействия (цвет, звук, форма и т.д.)
19. Критерии и показатели эмоциональной эффективности рекламы.
20. Средства и способы повышения эмоционального воздействия рекламы на человека.
21. Реклама как способ формирования потребностей.
22. Влияние рекламы на формирование социально психологических установок. Теория Д.Н. Узнадзе. Понятие аттитюда. Парадокс Лапьера.
23. Использование нейролингвистического программирования в рекламной деятельности.
24. Латеральное программирование в практике рекламного воздействия.
25. Учет психологических особенностей потенциальных потребителей рекламы.
26. Выбор средств и локаций рекламы с учетом психологических и возрастных особенностей потребителей.
27. Сущность и специфика рекламного творчества.
28. Роль и функции креатора в рекламной деятельности.
29. Понятие саморекламы и особенности ее восприятия и продуцирования в современных реалиях.
30. Эффективные приемы и методы саморекламы.
31. Архетипы в рекламной деятельности.