**Вопросы к экзамену Креативные технологии в рекламе**

1. Понятие креативности в рекламе.

2. Стратегическая модель И. Морозовой: этапы в создании креативной рекламы. Метод эмоционального сдвига.

3. Значение и определение творческой идеи в рекламе.

4 Тактика эмоционального творческого подхода в рекламе: использование поддержки персонажа рекламы, эффект отвлечения.

5. Основные этапы творческого процесса.

6. Значение образа для создания рекламного сообщения.

7. Методики поиска творческих идей.

8. Основные элементы комплексного образа бренда.

9. Типология стратегий в рекламе.

10. Стратегическая модель Ж.Ч. – Дрю: поиск стереотипа, теория разрыва, формирование нового видения торговой марки.

11. Тактика рационального творческого подхода в рекламе: сравнительная, прививочная и опровергающая.

12. Творческие стили в международной рекламе.

13. Значение образа для создания рекламного обращения.

14. Творческие стили отечественных рекламистов.

15. Тактика эмоционального творческого подхода в рекламе: использование поддержки персонажа рекламы, эффект отвлечения.

16. Понятие креативности в рекламе: творчество в рекламе, творческая личность.

17. Основные понятия брендинга.

18. Теория RAM- проводника.

19. Основные этапы творческого процесса.

20. Значение и определение творческой идеи в рекламе.

21. Творческие стили в международной рекламе.

22. Типология стратегий в рекламе.

23. Основные элементы комплексного образа бренда.

24. Стратегия уникального торгового предложения (УТП).

25. Роль стереотипов в рекламе. Виды стереотипов.

26.Иерархия структурных элементов креативной рекламы: творческая идея, big idea, рекламная концепция торговой марки

27. Аффективная стратегия в рекламе

28. Механизмы создания рекламных образов: архетипы, идентификация, проекция.