Контрольные вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (зачет)

1. Объясните понятия "копирайтинг" и "копирайтер".

2. Охарактеризуйте каждое из условий творческого задания с точки зрения копирайтера.

3. Как строится взаимодействие копирайтера и заказчика?

4. Охарактеризуйте основные стили написания текстов и объясните, для чего они предназначены.

5. Каким образом определяются общие и персональные критерии принятия решений потребителями, и почему это важно для информативной части рекламного текста?

6. Объясните технологию применения приёма расшифровки для подготовки рекламных текстов.

7. Объясните, как и в каких случаях при подготовке текста следует прибегать к приёму детализации.

8. Охарактеризуйте три основных типа слоганов.

9. Сравните буквальные, конкретные и абстрактные слоганы. В чём их достоинства и недостатки?

10. В чём состоит особенность "житейской истории"?

11. Сравните стилистические возможности односоставных и двусоставных предложений. Каким образом их можно использовать для создания рекламного текста?

12. Расскажите о способах словообразования и возможностях их использования для создания рекламного текста.

13. Какова специфика аналитических жанров?

14. Охарактеризуйте основные этапы подготовки интервью.

15. Каким образом достигается логика и связность текста?

16. Какие вы знаете способы структурирования повествования?

17. Как на практике реализуется правило динамики текста?

18. Какие факторы влияют на правильный выбор слова?

19. Какую роль играют разные формы имен прилагательных?

20. Каковы особенности употребления глаголов в рекламном тексте?

21. Каковы правила расстановки слов в предложении?

22. Образные сравнения: их структура, формы и особенности применения в рекламном тексте.

23. Каковы условия создания выгод в продающем тексте?

24. Охарактеризуйте три основные принципа создания рекламных заголовков.

25. Как в рекламном тексте перевести преимущества в выгоду?

26. В чём состоят особенности создания текста о компании для сайта?

27. Какие приёмы используются для создания текста о продукте?

28. Каковы критерии текста, формирующего серьёзный имидж фирмы?

29. Какие жанры составляют жанровую систему современной печатной рекламы?

30. Какие способы лучшей заполняемости рекламного текста вы знаете? Охарактеризуйте их.

31. Какими приёмами в рекламном тексте достигается вовлечение читателя в действие?

32. Назовите основные способы редактирования рекламного текста.

33. Какие лексические и стилистические приёмы придают рекламному тексту особую убедительность?

34. Охарактеризуйте этапы создания текста уникального торгового предложения.

35. В чём состоит особенность создания завершающей части коммерческого текста?