Перечень вопросов к зачету

|  |  |
| --- | --- |
| **№ п/п** | **Перечень вопросов к зачету** |
| 1 | Реклама в системе средств массовой коммуникации. |
| 2 | Место и роль рекламы в системе общественно-экономических отношений. |
| 3 | Этнопсихологические аспекты рекламы, национальные стереотипы в рекламе. |
| 4 | Основные цели и функции рекламы. |
| 5 | Виды рекламы. |
| 6 | Психологическая наука и исследования рекламы. |
| 7 | Основные цели и задачи психологии рекламы. |
| 8 | Коммерческая реклама, её цель и предмет. |
| 9 | Понятие и особенности социальной рекламы |
| 10 | Последствия психологически опасной рекламы. Нейроневроз и метаневроз. |
| 11 | Психологические особенности политической рекламы. |
| 12 | Причины низкой эффективности рекламы. |
| 13 | Экономическая эффективность рекламы. |
| 14 | Эмоциональный компонент рекламного воздействия. |
| 15 | Принципы применения методов в рекламе при проведении социально-психологической экспертизы |
| 16 | Социально-психологические методы рекламного воздействия. |
| 17 | Основные компоненты психологического воздействия рекламной информации. |
| 18 | Средства наружной рекламы. Её основные преимущества. |
| 19 | Основные каналы и средства распространения рекламы. |
| 20 | Психологическая экспертиза рекламы. Её виды. |
| 21 | Направления и методы психологической экспертизы в рекламе |
| 22 | Количественные и качественные методы исследования рекламы |
| 23 | Психологическая безопасность рекламы. |
| 24 | Реклама в системе паблик рилейшнз. |
| 25 | Методы социологического исследования рекламы. |
| 26 | Методы психологического исследования в рекламе |
| 27 | Метод фокус-группы в исследовании рекламы. |
| 28 | Позитивные функции рекламы. |
| 29 | Причины низкой эффективности рекламы. |
| 30 | Психологические аспекты Закона РФ «О рекламе». |