

Практическое задание по Теме 8 Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью.

Аннотация: в разделе «Практическое занятие» Вы найдете 3 задания, сделав которые Вы закрепите пройденный материал, а также эти задания помогут вам научиться применять полученные знания на практике. Решение заданий, содержащихся в практическом занятии поможет Вам подготовиться и успешно пройти промежуточное и итоговое тестирование. Тема 8 включает 3 задания.

План:

1. Ответ на вопросы по теме.
2. Творческое задание.

Задание 1.

Ответьте в формате аналитического эссе с примерами на следующие вопросы (1 вопрос на выбор).

1. Какие приемы НЛП относятся к «фокусам языка»?
2. Перечислите основные репрезентативные типы НЛП.
3. Раскройте суть и приведите примеры трех типов якорения в российской рекламе?
4. Для чего рекламисты используют языковое манипулирование?
5. От чего зависит удачное творческое решение рекламного сообщения?
6. Каким требованиям должно отвечать рекламное сообщение, чтобы обладать агитационной силой?
7. Какова специфика восприятия рекламы в разных странах?
8. В чем проявляется влияние национальных особенностей и традиций при создании международной рекламы?

9. В чем состоят особенности использования цвета в рекламе в разных странах?

10. Дайте характеристику специфики восприятия рекламы российским потребителем.

Задание 2.

Определите в текстах сферы манипуляций и охарактеризуйте сравнения

1. Nivea. Самое эффективное преобразование от легкого прикосновения Time Balans Q10 — лучшая защита Вашей молодости.

2. Никогда еще качественная мобильная связь не была такой доступной. Супер Джине.

3. Новый «Гарньер Фруктис». Первый укрепляющий бальзам-ополаскиватель с экстрактом фруктов.

4. Faigu. Его насыщенная формула действует быстрее, чем гель.

5. Часы от Пьера Кардена — это символ престижа и эксклюзивности.

6. Теле 2 GSM. Всегда дешевле.

7. У тебя новая помада? Нет! У тебя новая любовь!

8. Sony. Качество, проверенное космосом.

9. Sani Punch — уникальная насадка, с помощью которой Вы без проблем очистите любую тканевую поверхность от пыли.

10. Коньяк «Hennessy». Коньяк XO, созданный в 1870 году мастерами дома «HENNESSY», олицетворяет высшее искусство тонкого смешения редчайших выдержанных коньяков и их превращения в напиток исключительного совершенства — лучший в мире, подлинный XO.

11. Новая BMW 5-я серия. С удовольствием за рулем. BMW 530A. В ней есть все, что может предложить передовая автомобильная технология: от совершенного стиля до нового мощного двигателя. Шестицилиндровый двигатель BMW — демонстрация изобретательности инженерной мысли. 231 лошадиная сила. Разгон до 100 км/ч за 7,1 с. Крутящий момент 300

Н/м/3500 об/мин... Новое слово в моторостроении, в сфере электроники и систем безопасности. Высший класс! Где бы Вы ни оказались, можете быть уверены: Вы за рулем автомобиля, на который равняются все остальные.

Задание 3.

Подберите по три примера слоганов, где отражаются следующие миссии брендов:

- 1) здоровье (польза, избавление от проблем, гигиена и т.п.);
- 2) самореализация (я-концепция, творчество, карьера, социальное положение и т.п.);
- 3) красота, любовь, забота;
- 4) жизненное пространство;
- 5) радость жизни, общение;
- 6) безопасность, надежность, свобода;
- 7) интересы различных групп (национальные, религиозные, профессиональные и т.п.);
- 8) общечеловеческие духовные идеалы (экология, культура, наука, защита прав человека и т.п.).

Список литературы

1. Бернадская, Ю. С. Текст в рекламе: учеб. пособие для вузов / Ю. С. Бернадская. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 288с.
2. Боденхамер Б., Холл М. НЛП-практик: полный сертификационный курс. Учебник магии НЛП. – СПб.: «Прайм-ЕВРОЗНАК», 2003.- 272 с.
3. Балахнина, В.Ю. Мастер-класс «Работа с текстами в рекламе»: Учебное пособие / В.Ю. Балахнина. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2013.– 60 с.

4. Назайкин, А. Н. Эффективный рекламный текст в СМИ. Монография / А. Н. Назайкин. – М.: Изд-во Моск. ун-та, Ф-т журн. МГУ, 2011. – 480 с