

«Теория и практика рекламы»

Темы курсовых работ

Темы, рассматриваемые на примере рекламы определенного вида продукта, услуги или сферы рынка

1. Анализ визуальной составляющей рекламы (на примере продвижения ...)¹.
2. Психология цвета и формы в рекламе (на примере продвижения...).
3. Вербальные средства воздействия в рекламных сообщениях (на примере продвижения...).
4. Шок и провокация в рекламе (на примере...).
5. Речевые стратегии и тактики в рекламе (на примере продвижения...).
6. Языковые особенности, художественные и риторические приемы рекламных текстов (на примере продвижения...).
7. Слоган как основной компонент рекламного текста (на примере продвижения...).
8. Исследование эффективности нэйминга (на примере рынка ...).
9. Креатив текстов и образов рекламного продукта (на примере продвижения...).
10. Анализ креативной составляющей в интернет-рекламе (на примере рынка ...).
11. Роль манипулирования и психопрограммирования в рекламе (на примере продвижения...).
12. Использование мифов и символов в рекламе (на примере ...).
13. Применение гендерных стереотипов в рекламе (на примере продвижения ...).
14. Социальные стереотипы и их выбор для создания креатива в рекламе (на примере продвижения ...).
15. Особенности восприятия рекламной информации разными целевыми аудиториями (на примере продвижения ...).
16. Анализ социальной составляющей в коммерческой рекламе (на примере...).
17. Анализ использования «экологической повестки» в коммерческой рекламе (на примере продвижения...).
18. Применение искусственного интеллекта в создании рекламного креатива (на примере...).
19. Особенности рекламной деятельности на рынке услуг (на примере ...).

¹ Указывается название конкретной товарной категории, услуги, сферы рыночной деятельности.

20. Социальная реакция на ребрендинг компании (на примере ...).

Темы, рассматриваемые на примере рекламных продуктов в рамках одного вида рекламных средств (реклама на телевидении, на радио, в печатных СМИ, печатная, наружная реклама, контекстная реклама в интернете и т.п.)

21. Текущие тренды в рекламной деятельности (на примере ...) ².
22. Креативная стратегия в рекламе как механизм ее успешности (на примере ...).
23. Роль манипулятивных технологий в создании рекламного ролика (на примере...).
24. Приемы воздействия в социальной рекламе (на примере ...).
25. Особенности и направления использования product placement в современном рекламном деле (на примере ...).
26. Психологические механизмы рекламного воздействия (на примере ...).
27. Формирование корпоративного бренда: имиджевая реклама (на примере ...).
28. Приемы создания художественного образа в рекламе (на примере...).

Темы, рассматриваемые на материале деятельности конкретной организации (для студентов, имеющих опыт рекламной деятельности в компаниях)

29. Эффективность рекламной кампании (на примере компании...) ³
30. Особенности рекламы в выставочно-ярмарочной деятельности организации (на примере...).
31. Фирменный стиль как «система идентификации» организации (на примере...).
32. Анализ креативной концепции рекламной кампании организации (на примере...).
33. Анализ средств антикризисной рекламной кампании (на примере...).
34. Анализ рекламной кампании в Интернете (на примере...).
35. Анализ использования презентаций продукции (услуг) предприятия (на примере...).

² Указывается название конкретного вида рекламных средств.

³ Указывается название организации. Текст курсовой работы должен содержать полные сведения об организации. Допускается писать только об организациях, в которых студент работает или проходит практику.

36. Особенности рекламных коммуникаций в некоммерческой организации (на примере...).
37. Анализ программы «event marketing» (событийного маркетинга) как средства продвижения марки (на примере ...).
38. Основные приемы таргетированной рекламы в социальных сетях (на примере...).
39. Рекламные возможности Яндексa (на примере продвижения ...).
40. Рекламные возможности VK (на примере продвижения ...).
41. Рекламные возможности OZON (на примере продвижения ...).