

1. Что такое рекламная концепция?
2. Какой этап следует после определения целевой аудитории при конструировании контента?
3. Что из перечисленного НЕ является элементом структуры рекламного текста?
4. Какой приём заключается в перенесении свойств человека на неодушевлённые предметы?
5. Какой цвет в рекламе чаще всего ассоциируется с натуральностью и доверием?
6. Что такое «слоган»?
7. Какой принцип НЕ относится к принципам эффективной вёрстки?
8. Что такое «архетип» в контексте брендинга и рекламного конструирования?
9. Какой метод поиска идей подразумевает генерацию большого количества вариантов без их немедленной оценки?
10. Что такое «копирайт» в рекламном деле?
11. Какой принцип НЕ способствует запоминанию рекламного сообщения?
12. Что такое «медиаплан» в рекламном проекте?
13. Какой приём использует сравнение, иногда преувеличенное?
14. Что такое «портрет целевой аудитории»?
15. Какой принцип определяет разработку креативных идей методом мозгового штурма?
16. Что такое «эхо-фраза» в структуре рекламного текста?
17. Какой принцип НЕ связан с эффективным использованием цвета в рекламе?
18. Какой метод поиска идей основан на построении связей между случайными понятиями?
19. Что такое «копирайтинг»?
20. Какой принцип НЕ относится к принципам создания эффективного рекламного текста?
21. Что такое «архетип» в рекламе и брендинге?
22. Какой принцип НЕ связан с композицией рекламного сообщения?

23. Что такое «медиаплан»?
24. Что такое «УТП»?
25. Какой принцип НЕ относится к принципам создания эффективного УТП?
26. Что такое «стереотипы» в рекламе?
27. Что такое «медиапродакшен»?
28. Что такое «каламбур» в рекламе?
29. Что такое «портфель бренда»?
30. Что такое «рерайтинг»?
31. Что такое «сторителлинг» в рекламе?
32. Что такое «архетип» в контексте рекламного конструирования?
33. Что такое Метод «Шесть шляп»?
34. Что такое SWOT-анализ?
35. Что такое PEST-анализ?
36. Девиз или краткая фраза, выражающая основную мысль рекламного сообщения — это:
37. Какой цвет часто ассоциируется с роскошью, богатством?
38. «Инсайт» в рекламном контексте — это:
39. В PEST-анализе к факторам внешней среды, влияющих на компанию, НЕ относятся:
40. Какой цвет часто ассоциируется со стабильностью и надежностью?
41. К преимуществам рекламных сообщений для печатных СМИ относится
42. Если компания хочет добиться максимального рекламного эффекта, ей лучше выбрать ...