

## КОПРАЙТИНГ У РЕКЛАМІ ТА ПР

1. Який заголовок для пресрелізу є правильним:
2. Відзначте визначення «копірайтингу»
3. За структурою слогани класифікуються на:
4. Що таке «рерайтинг»:
5. Що таке «неймінг»:
6. Основні структурно-композиційні частини рекламного тексту:
7. Відсутність географічних кордонів – це:
8. Що таке «слоган»:
9. За метою рекламної кампанії слогани класифікуються на:
10. За довжиною основний рекламний текст буває:
11. Яка мета збільшення кількості користувачів сайту?
12. Фраза «Lexus. Прагнення до досконалості» - це:
13. Що таке «неймер»:
14. Назва моделі машини «Volkswagen Mini» класифікується як:
15. Заголовки діляться на такі великі групи:
16. Технічне завдання для копірайтера називається:
17. Наративна реклама - це:
18. Характеристика слогану:
19. Предметні назви бувають:
20. Бренд – це:
21. Як розшифровуються загальні вимоги «ЗД» до товарної інформації:
22. Створення слоганів входить у функціональні обов'язки:
23. Gimmick – це:
24. Акронім – це:
25. Які бувають назви?
26. Оптимізація інформаційних матеріалів під запити пошукових систем – це:
27. Зачин у рекламному тексті – це:
28. Інструкція з точки зору копірайтинга це:
29. За змістом заголовки бувають:
30. Який мовний прийом використано у слогані жуйки «Ваше друге дихання»:
31. Що таке «темник»?
32. Комунікативна функція заголовку рекламного тексту – це:
33. Відзначте приклад непрозорого заголовку:
34. Відзначте приклад прозорого заголовку:
35. Відзначте приклад «сліпого» заголовку:
36. Наявність контактної інформації – це:
37. За композицією ОРТ поділяється на:
38. У рекламі з мінімальним ОРТ головну роль відіграє:
39. Найчастіше в рекламі для луна-фрази використовують:
40. Рекламне звернення – це:
41. Суть когнітивного впливу рекламного звернення полягає:
42. Суть афективного впливу рекламного звернення полягає:
43. Суть сугестивного впливу рекламного звернення полягає:

44. Суть конативного впливу рекламного звернення полягає:
45. Що не являється стадією рекламної діяльності?
46. Який елемент входить до структури рекламного звернення?
47. Назвіть основні стилі реклами.
48. Мета інформаційного листа:
49. Мета листа-скарги:
50. Мета супровідного листа:
51. Мета рекомендаційного листа:
52. Письмове або усне прохання до конкретної особи прийти кудись, зробити щось – це:
53. Що не являється друкованою продукцією для поширення інформації про організацію?
54. Термін «флаер» є синонімом до:
55. Найбільш поширений жанр публічної мовної комунікації:
56. Мета інформаційної промови:
57. Що не є жанром літературного копірайтингу?
58. Що є жанром медіа-копірайтингу?
59. Що є жанром рекламного копірайтингу?
60. Що є жанром SEO-копірайтингу?
61. У якому виді копірайтингу цільовою аудиторією є машини?
62. Літературний копірайтинг – це:
63. Що вважається передумовою виникнення ділового копірайтингу?
64. Що не є метою літературного копірайтингу?
65. Для якого типу копірайтингу аудиторією є «широкі верстви населення»?
66. Хто є основною цільовою аудиторією медіа-копірайтингу?
67. В основі Теорії переконливості Аристотеля лежить три складові:
68. Комунікативна модель реклами, якою оперують українські рекламисти:
69. З чого починається робота копірайтера над текстом?
70. Скільки повідомлень до цільової аудиторії має нести один текст?
71. Одне повідомлення працює для
72. Мета комунікації допомагає зрозуміти:
73. Які з наведених факторів не відносяться до «неконтрольованих» у копірайтингу
74. Які з наведених факторів відносяться до «неконтрольованих» у копірайтингу
75. Які з наведених факторів відносяться до «контрольованих» у копірайтингу
76. Що входить у фактор «підготовка до створення тексту»?
77. Що є елементом вербального чинника копірайтингу?
78. До якого чинника копірайтингу відносять «створення варіантів тексту»?
79. Що є головним елементом інформаційного повідомлення?
80. Де в інформаційній статті для газети розташовують основну думку тексту?

81. Яка головна відмінність інформаційного повідомлення від рекламної статті?
82. Який тип рекламного тексту передбачає обов'язкову наявність вступної частини?
83. Що важливо враховувати при редагуванні тексту на рівні абзаців?
84. Які мотиви гонки за модою не експлуатує реклама?
85. Що необхідно зробити при розробці рекламних повідомлень (текстів), якщо товар або послуга мають невизначене коло споживачів?
86. Що не можна віднести до основних принципів рекламної діяльності?
87. До якого виду радіореклами належить рекламне звернення, що у своїй основі має мінімонолог, адресований слухачеві?
88. Рекламний витвір великого формату, який докладно рекомендує предмет рекламування, це
89. Який метод лінгвістичного маніпулювання використаний у рекламі клініки «Амазонка»: «Краща клініка краси»?
90. На чому базується техніка еріксонівського гіпнозу в рекламі?
91. Що лежить в основі створення міфу?
92. Який документ належить до креативного брифу
93. До якого елементу міфологічного сюжетоскладання належить реклама ресторану «Україночка» - «Корпоративні свята по-українськи»?
94. До якого елементу міфологічного сюжетоскладання належить реклама послуг оператора мобільного зв'язку «Київстар» - «Спілкування без обмежень»?
95. У якому стилі написано рекламне звернення ресторану «4 сезони»: «Вельмишановне панство! Ресторан «4 СЕЗОНИ» - заклад, в якому завжди смачно, затишно та комфортно... Чекаємо щодня з 12 до 23 год за адресою: м. Івано-Франківськ, вул. Урожайна, 5»?
96. Який стиль реклами характеризується використанням комп'ютерних спецефектів?
97. Який стиль реклами у своїй основі має «жіночий початок»?
98. Що належить до внутрішніх параметрів рекламного тексту?
99. Що належить до зовнішніх параметрів рекламного тексту?
100. Що належить до основних маркетингово значимих одиниць рекламного тексту?
101. Який заголовок є важливішим?
102. Новина, як інформація про поточну діяльність, належить до: