



## Проектирование визуальных коммуникаций в рекламе.м

- 1 Согласно Большому энциклопедическому словарю универсальная форма отражения действительности в искусстве – это ... образ.
- 2 Основными элементами структуры художественного образа большинство исследователей называют ...
- 3 Общим законом возникновения замысла является соединение ...
- 4 Слово «идея» в переводе с греческого означает ...
- 5 Визуальное и вербальное воплощение рекламного образа обуславливает ...
- 6 К типологическим коммуникационным моделям рекламного образа относятся ...
- 7 Конвенциональный рекламный образ ...
- 8 По словам режиссера Тимура Бекмамбетова, рекламный ролик нужен только для одного – ...
- 9 Универсальная модель рекламного послания, согласно С. Юдину, состоит из трех структурных элементов: цвета, ...
- 10 К «привычным образам» в рекламе относятся ...
- 11 За смысловую интерпретацию рекламного обращения отвечает ...
- 12 Рекламный образ как смысловая конструкция интерпретируется на трех уровнях: ...
- 13 Значения, имеющие конкретный смысл и передающие конкретную реальность, называются ...
- 14 ... создает эмоциональное воздействие и придаёт объекту оценочную и смысловую окраску.
- 15 Установите последовательное восхождение рекламного образа от конкретного смысла к обобщенному (трехступенчатое разграничение) ...
- 16 В основе системы тропов лежит ...



- (17) Теория структуры рекламного изображения была разработана ...
- (18) Смысловые детерминанты рекламного образа ориентированы на ... сферу восприятия.
- (19) Обобщенные способы создания образа, приемы, основанные на психологических закономерностях, метафоры, аллегории, гиперболы, объекты, выражения или действия, употребленные в переносном значении, – это ...
- (20) Термин «тропы» происходит от греческого слова, означающего ...
- (21) Исходя из определений типологии метафор Дж. Лакоффа и М. Джонсона, установите соответствие между типом метафоры и ее значением:
  - ... метафоры связаны с пространственными бинарными оппозициями (верх – низ, глубоко – мелко) и опираются на физический и культурный опыт индивида.
  - Смыслообразующим механизмом создания рекламного образа является ...
- (24) Теория RAM-проводника была разработана ...
- (25) Теория RAM-проводника утверждает, что ключевую выгоду продукта эффективнее представлять ...
- (26) Используемая в рекламной сфере аббревиатура RAM в переводе с английского расшифровывается как ...
- (27) В качестве помощника идентификации RAM-проводника в рекламных обращениях выступает ...
- (28) RAM-проводники, выступающие в роли коммуникативной идеи, подразделяются на визуальные и вербальные. Визуальные проводники ...
- (29) RAM-проводники, выступающие в роли коммуникативной идеи, подразделяются на визуальные и вербальные. Вербальные RAM-проводники ...
- (30) Автором термина «перевернутый образ» является ...
- (31) Под «перевернутым образом» понимается троп, в котором два противопоставленных объекта ...
- (32) Одним из первых рекламу как семиотическую систему рассмотрел ...



- (33) Предмет, знак, элемент рекламного сообщения, призванный привлечь внимание и в то же время никак не связанный с рекламируемым товаром, – это ...
- (34) Специалист по созданию художественного образа продуктов питания и напитков – это ...
- (35) Механизм идентификации в рекламе – явление, при котором ...
- (36) Наиболее эффективна реклама, ...
- (37) Неверно, что реклама ...
- (38) Появившаяся в России технология продакт плейсмент (product placement) – это ...
- (39) Подавляющее большинство современных рекламных образов заимствуются из такой области, как ...
- (40) В процессе создания рекламного ролика творческим руководителем проекта является ...