

## ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ

1. Творчість як вид людської діяльності.
2. Основні психологічні теорії творчості. Види та рівні творчості.
3. Мотивація творчої діяльності.
4. Етапи творчого процесу.
5. Методи вивчення творчого процесу.
6. Творчість та несвідоме: інтуїція, евристика, інсайт.
7. Рекламна творчість. Форми та функції рекламного креативу.
8. Психологічна інерція та інші бар'єри творчого мислення.
9. Фахівці креативного відділу: компетенції та обов'язки.
10. Правила управління креативними групами.
11. Загальна схема розробки рекламної ідеї.
12. Стратегія і творчість у рекламі.
13. Модерація креативного процесу.
14. Презентація рекламної ідеї.
15. Правила позитивної критики творчих робіт.
16. Критерії оцінки творчих стратегій.
17. Поняття стереотипу. Індивідуальні та групові стереотипи.
18. Джерела й механізми формування стереотипів: спрощення, категоризація, ідентифікація, наслідування.
19. Стереотипи як творчий ресурс у рекламі.
20. Модель прийняття рішення споживачем.
21. Типи покупок і рекламні стратегії.
22. Аналіз і прогнозування поведінки споживачів: демографічні, психографічні, особистісні чинники.
23. Цінності споживача та процес прийняття рішення про покупку.
24. Типи споживацьких потреб.
25. Мотивація споживачів до покупки.
26. Формування обізнаності споживачів.
27. Аналітичний етап рекламної та PR-кампанії як стратегічна основа креативу.
28. Методи аналізу ринку: PEST-аналіз, SWOT-аналіз.
29. Загальний план рекламної та PR-кампанії.
30. Креативний план рекламної кампанії.
31. Реалізація плану використання засобів реклами та PR.
32. Ефекти рекламної комунікації.
33. Матриця залученості FKB.
34. Чотири ситуації покупки та супровідна до них реклама.
35. Концепція трирівневого позиціонування. матриця Россітера – Персі.
36. Методика RAM-провідника творчих ідей.
37. Види групової та індивідуальної роботи в процесі пошуку креативної ідеї.
38. Мозковий штурм А. Осборна та його модифікації.
39. Метод синектики У. Гордона.
40. Технології розвитку творчої уяви Б. Злотіна.
41. Індивідуальні методи стимулювання творчої продуктивності.

- 42.Евристичні методи в процесі створення інновацій.
- 43.Морфологічний аналіз Ф. Цвіккі.
- 44.Функціональний аналіз.
- 45.Метод фокальних об'єктів Е. Кунце.
- 46.Метод гірлянд асоціацій і метафор.
- 47.Метод контрольних питань.
- 48.Методика ТВВЗ для вирішення творчих завдань у рекламі та PR.
- 49.Ідеальний кінцевий результат і способи його досягнення.
- 50.Алгоритм розв'язання творчих задач.
- 51.Бенчмаркінг і пошук креативної ідеї.
- 52.Вимірювання ефектів рекламної комунікації.
- 53.Практика оцінювальних досліджень у рекламі: критерії і методи.
- 54.Попередні й заключні тестування реклами (претести й посттести).
- 55.Тести на запам'ятовуваність.
- 56.Тести на впізнаваність.
- 57.Тести на переконливість.
- 58.Рекламні тести на лояльність.
- 59.Кадрові тести.
- 60.Організація і проведення фокус-групових досліджень у рекламі.