**Питання до іспиту з курсу «Соціальні технології в рекламі»**

1. Характеристика та особливості соціальних технологій
2. Уточнити поняття «соціальна технологія», «реклама», «маркетинг»
3. Загальна характеристика соціальних технологій в рекламі: види та особливості застосування.
4. Маніпулятивний вплив в рекламі
5. Правило взаємного обміну у маніпулятивній технології в рекламі
6. Принципи обміну, причини їх універсальності у відношеннях між людьми
7. Тактика «Відмова, далі наступ» як маніпулятивна технологія в рекламі
8. Захист від маніпулятивного впливу технології взаємного обміну
9. Послідовність поведінки як маніпулятивна технологія в рекламі
10. Умови формування ефективних забов’язань
11. Тактика «Викидання низького м’яча» як стратегія маніпулятивного впливу в рекламі
12. Тактика «Нога в дверях» як стратегія маніпулятивного впливу в рекламі
13. Захист від маніпулятивного впливу технологій в рекламі.
14. Правило соціального доказу у маніпулятивній технології в рекламі
15. Принцип соціального доказу: влада публіки та науковий підхід.
16. Захист від маніпулятивного впливу технології соціального доказу
17. Правило дефіциту у маніпулятивній технології в рекламі
18. Загальна характеристика правила дифіциту, причини його ефективності.
19. Умови формування ефективного дефіциту в рекламній технологій.
20. Захист від маніпулятивного впливу технології дефіциту.
21. Використання сили авторитету як маніпулятивної технології в рекламі
22. Умови формування ефективної маніпулятивної технології використання авторитету в рекламі
23. Соціальні технології подій: загальна характеристика
24. Суб’єкти соціальних технологій подій
25. Подієвий маркетинг та івент-технології
26. Етапи реалізації івент-технологій
27. Дослідження ірраціональності в технологіях поведінкової економіки Дена Арієлі
28. Експериментальні дослідження передбачуваної ірраціональності як соціальної технології в рекламі
29. Самореклама як технологія самопрезентації
30. Презентація як рекламна технологія
31. Написання резюме: умови ефективної самореклами