

УПРАВЛІННЯ ОХОРОНОЮ ЗДОРОВ'Я

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 222 «МЕДИЦИНА»

Індивідуальне завдання № 1

Індивідуальне завдання - це індивідуальний проект, в якому здобувач поступово виконує завдання та описує тему, яку обрав самостійно.

Вимоги до оформлення індивідуального завдання № 1.

Обов'язкова презентація на практичному занятті із демонстраційними матеріалами (в Microsoft PowerPoint або Microsoft Word) на 5 - 7 хвилин. Презентація повинна містити 7 - 10 слайдів.

В презентації необхідно надати короткий опис загальної проблеми в контексті визначеної теми, розкрити головні елементи обраної теми, навести приклади, узагальнити результати, зробити висновки,

Надати список використаних джерел (за необхідністю).

Теми індивідуальних завдань в рамках однієї академічної групи не повинні повторюватися!

Теми для презентацій індивідуальних завдань:

1. Особливості рекламної діяльності підприємства (на конкретному прикладі).
2. Використання у рекламі національних та культурних стереотипів.
3. Сучасні рекламні комунікації: соціологічний аналіз.
4. Сучасні рекламні стратегії.
5. Бренд-менеджмент: Соціальні, психологічні, економічні аспекти.
6. Концептосфери сучасної реклами.
7. Використання сугестивних ресурсів мови у процесі створення рекламних та PR-текстів.
8. Технології використання прецедентних феноменів у процесі створення рекламних та PR-текстів.
9. Технології мовної гри рекламної комунікації.
10. Взаємодія вербального та візуального кодів у креолізованих текстах.
11. Особливості використання параграфемних засобів у рекламі.
12. Використання семіотичних ресурсів фольклору у процесі створення рекламних та PR-текстів.
13. Основні технології сучасного неймінгу.
14. Семантичні, синтаксичні та стилістичні особливості рекламних слоганів.
15. Риторичні стежки та постаті як прагматичний засіб впливу в регіональній пресі.
16. Мовний портрет політика (на конкретному прикладі).
17. Логічні помилки у сучасній рекламі.
18. Мовні характеристики персонажів рекламного ролика як із чинників впізнаваності бренда.
19. Літературні алюзії у рекламі.
20. Композиційні прийоми у рекламних текстах.
21. Полісемія та омонімія у рекламі: функціональний аспект.
22. Стиль та стилізація в рекламі.
23. Семіотика рекламного повідомлення та вибір рольової позиції реципієнта.
24. Рекламний текст: соціокультурний та соціолінгвістичний аналіз.
25. Рекламний текст як елемент бренд-менеджменту та бренд-білдингу.
26. Сучасні вбудовані комунікації як інструмент управління поведінкою аудиторії.
27. Сучасна інтернет-реклама: соціальні, творчі, типологічні аспекти.
28. Управління сучасним брендом: соціально-економічні, соціокультурні аспекти.
29. Сучасна реклама: прийоми маніпулятивної дії.
30. Корпоративні медіа-ресурси: види, технології, ефекти.

31. Формування іміджу (бренду) організації у сучасному інтернет-просторі.
32. Технології брендингу сучасного підприємства (на конкретному прикладі).
33. Бренд-менеджмент сучасного підприємства (на конкретному прикладі).
34. Маркетингова політика як засіб досягнення конкурентної переваги (на конкретному прикладі).
35. Розробка комплексу маркетингових заходів просування бренду над ринком (на конкретному прикладі).
36. Організація маркетингової служби підприємства (на конкретному прикладі).
37. Закони та правила дизайну у створенні рекламного продукту (на прикладі розробки зовнішньої реклами).
38. Дизайн-проекування фірмового стилю у рекламній графіці. Створення та розробка фірмового стилю.
39. Закономірності створення товарного знака та логотипу (на прикладі торговельного підприємства, освітньої установи та ін.).
40. Художньо-образотворчий образ та символіка у створенні рекламного продукту (торговельний знак, етикетка, упаковка тощо).
41. Особливості комп'ютерного дизайну у створенні реклами.
42. Авторська графіка у дизайні рекламних продуктів (реklamний плакат, зовнішня реклама).
43. Кольорові асоціації та художньо-композиційні прийоми у створенні реклами (друкована, зовнішня, на транспорті, фірмова, сувенірна та ін.).
44. Шрифт та текст у рекламі. Створення та розробка авторської шрифтової композиції для розробки фірмової символіки підприємства.
45. Творча концепція створення дизайну рекламного продукту (реklamний модуль, логотип, фірмова символіка).
46. Рекламний плакат: історія, завдання, прийоми творення. Розробка серії рекламних плакатів товарної групи.
47. Дизайн реклами, орнаментальні стилістичні та оформлювальні прийоми (на прикладі розробки упаковки, етикетки, ярлика).
48. Реклама у міському середовищі: вивіски, вітрини, світлові короби, конструкти тощо. (На прикладі оформлення вітрини магазину).
49. Реклама у ярмарково-виставкових технологіях. Розробка дизайн-проекту виставкового стенду, рекламного модуля.
50. Рекламна скульптура як елемент дизайну реклами. Розробка ескізу костюма для акції.
51. Рекламна вивіска як елемент дизайну міського середовища (білборд, брендмауер, банер).
52. Завдання комп'ютерного дизайну реклами.
53. Інтернет реклама. Особливості проектування.
54. Створення друкованої реклами за допомогою графічних програм.
55. Можливості графічних форматів для створення колірних моделей реклами.
56. Комп'ютерний дизайн у створенні сучасних РО-матеріалів.
57. Комп'ютерні технології у створенні та створенні рекламного продукту (з прикладу конкретної програми).
58. Принципи комп'ютерного відбору образотворчих технологій дизайну рекламної продукції.
59. Вплив рекламних, іміджевих комунікацій на групову та масову свідомість.
60. Аналіз верифікаційних маркерів рекламного (іміджевого) на масове свідомість.
61. Психосемантичне поле символів масової комунікації (на прикладі аналізу рекламних об'єктів).
62. Динаміка масових уявлень про красу та технологію їх формування за допомогою реклами.
63. Реклама туризму у ЗМІ: види та особливості.