

АННОТАЦИЯ

Выпускная квалификационная работа на тему:

«Творческая платформа телевизионной рекламы»

Автор: Елбакиева З.В.

Научный руководитель:

Шабанова Елена Александровна

Стр.80, библиограф. назв.100.

Ключевые слова: рекламная коммуникация, телевизионная реклама, рекламный ролик, средства выразительности рекламного сообщения.

Актуальность темы исследования определяется необходимостью повышения эффективности рекламы за счет адекватной оценки её креативной ценности и привлекательности на этапе разработки рекламного продукта. Творческий фактор представляет собой один из главных ресурсов повышения привлекательности рекламы для целевой аудитории. Одновременно, это весьма эластичный ресурс увеличения эффективности вложений рекламодателя.

Цель работы состоит в систематизации организационных принципов, коммуникационных стратегий и приемов выражения рекламной идеи в телевизионном ролике, рассматриваемом нами как продукт творчества.

Цель исследования предопределила постановку и последовательное решение следующих взаимосвязанных **задач:**

- систематизировать ключевые характеристики телевизионной рекламы и классифицировать телевизионную рекламу по видам, типам и жанрам, выявить и обосновать принципы и основополагающие признаки построения классификаций;
- рассмотреть особенности рекламного ролика как творческого продукта;
- проанализировать содержательные императивы и приемы репрезентации рекламного сообщения в телевизионном рекламном ролике;
- конкретизировать средства художественной выразительности в рекламном ролике.

Теоретическая значимость исследования определяется тем, что в работе были выявлены и систематизированы подходы к классификации рекламного контента с точки зрения репрезентации рекламного сообщения, а также конкретизированы методологические принципы создания рекламного ролика как творческого продукта.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использовать его положения и выводы практиками рекламной индустрии, занимающимися созданием телевизионной рекламы.

Результаты исследования. Креативная стратегия рекламного ролика, оригинальная репрезентация уникального торгового предложения товара или бренда - это своеобразный язык, это общение по средствам образов, создающее положительно заряженное эмоциональное поле вокруг рекламируемого объекта. Приемы и технологии создания рекламного сюжета и рекламного образа, оригинальные режиссерские и операторские решения, заимствованные из кинематографа, необходимы для того, чтобы увидеть вещи в новом свете, взглянуть на них под другим углом, привлечь внимание аудитории к рекламируемому продукту.