

АНОТАЦІЯ

Жовта Л.О. Моделювання креативних процесів у рекламі: концепція-ідея-контент-образ (на прикладі телевізійної реклами солодошів) : магістерська робота – Вінницький державний педагогічний університете імені Михайла Коцюбинського, 2019.

У роботі досліджено особливості використання креативних процесів у телевізійній рекламі, застосовуючи рекламну концепцію, ідею, образ та контент.

Без реклами в наш час складно уявити просування товарів та послуг на ринку, адже це важливий інструмент впливу на аудиторію. З її допомогою можна привернути увагу до бренду, створити приязнь до товару навіть у людей, які ніколи його не куштували. Звісно, для того, аби реклама «працювала» рекламісти повинні вдаватися до креативу, продумуючи загальну концепцію реклами, відштовхуючись від певної ідеї, застосовуючи цікаві образи та вдалий текст.

Телереклама також задає рекламістам низку критеріїв, яких варто дотримуватися. Зважаючи на те, що це найдорожчий різновид реклами, перед фахівцями ставиться завдання вмістити дієве повідомлення у короткі часові рамки. Проте ця вартість окуповується за рахунок можливостей телереклами (картинка, зміна кадру, звук, слово, музика тощо). Відповідно до досліджень, саме телереклама вважається найбільш дієвою, її найкраще сприймають та запам'ятовують споживачі, а особливо актуальні ролики ще й проникають у повсякденне життя українців, які використовують рекламі слогани та образи.

Ключові слова: рекламна концепція, контент, бренд, телереклама, креатив, образ.

SUMMARY

Zhovta L. O. Modeling of creative processes in advertising: concept-idea-patent-image on the example of television advertising of sweets: master's work - Vinnytsia State Pedagogical University named after Mikhail Kotsyubynskyi, 2019.

The peculiarities of using creative processes in television advertising are explored by using the advertising concept, idea, image and content.

Without advertising it is difficult to imagine the promotion of goods and services in the market, because it is an important tool for influencing the audience, nowadays. It can attract attention to famous brands, make people buy a product even if they have never tasted it. Of course, in the creation of successful advertising, the advertisers need to get creative, thinking about the general concept of advertising, pushing for an idea, using interesting images and good text.

Television advertising also sets the advertisers with some criteria. It is because this is the most expensive form of advertising, the professionals are tasked with delivering an effective message within a short time frame. However, this cost is paid for by the potential of TV ads (picture, frame change, sound, word, music, etc.). According to research, television advertising is considered to be the most effective, it is the best perceived and remembered by consumers. Especially topical videos that penetrate into the daily lives of Ukrainians who use advertising slogans and images.

Keywords: advertising concept, content, brand, TV advertising, creative, image.