

- A reklám fejlődésének, milyen szakaszai voltak?

- a nyomtatás feltalálása (1450) előtti időszak,
- a nyomtatás korszakától az ipari forradalom (1840) koráig,
- az iparosodás általánossá válásáig (XIX. Sz. végéig),
- az ezt követő konszolidációs időszak,
- a tudományos fejlődés időszaka 1945-ig,
- az új ipari társadalmak korszaka 1945-től napjainkig.

- Milyen a racionális reklám?

- „Íme itt vagyok”
- Vásároljon...

- Fizessen elő...

- Legyen Ön is...

- „Fel foglak világosítani... (20-as évek)

- Csak a ... lehet ilyen lágy és puha.

- Győződjön meg, milyen a ... minősége.

- Jobban tisztít, mint a

- Milyen az emocionális reklám?

„A szép illúziók világa”

- Az Ön világa ...

- Élvezd a szabadság érzését!

- Kényeztesd el magad! (csinos hölgyek, problémamentes helyzetek, az illúziók hamis világa)

Irracionális

(nyugaton a 80-as évekre jellemző, nálunk most kezdődik)

- Milyen a sokkoló (irracionalis) reklám?

A sokkoló reklám létrejöttét az indokolja, hogy az emberek a reklám nagy tömege és egysíkúsága miatt már nem figyelnek fel a hirdetésekre. Az érdeklődés felkeltése érdekében olyan elemeket szőttek a reklámüzenetekbe, melyek sokkolják az embereket, nem bírnak nem odafigyelni. Ezek lehetnek megdöbbentő képek, rövidfilmek, vagy humoros jelenetek.

- Milyen a társadalmi célú reklám?

A társadalmi célú reklám, mint neve is mutatja, a közcélokat szolgálja, társadalmi célú hirdetésnek is szokták nevezni. Lehet racionális (pl. politikai hirdetések), vagy emocionális (pl. környezetvédelemre irányuló felszólítás).

- Írd le azt a reklámot, amely a legnagyobb hatással volt rád!