Reklámpszichológia elmélet tételek

* A reklám helye a marketingben, marketing alapfogalmak
* Vásárlói magatartás főbb tényezői
* Reklámhatás modellek
* Reklám, mint meggyőző kommunikáció
* Márkaépítés
* Percepció rendező elvei a reklámban
* Vizuális élmény (színek, formák)
* Kreativitás és reklám
* Azonosulás szerepe a reklámban
* Reklámeszközök sajátosságai
* Társadalmi célú reklám
* Vállalatközi kommunikáció (B2B)

Reklámpszichológiai alapfogalmak

* Igény
* Kereslet
* Költség
* Tranvakció/ügylet
* Ügyletmarketing
* Piac
* Promóciós mix
* Reklám
* Funkcionális fogyasztás
* Emocionális fogyasztás
* Feladatvásárlás
* Élményvásárlás
* Meggyőzés
* Üzenet feldolgozásának centrális útja
* Üzenet feldolgozásának perifériás útja
* Szisztematikus feldolgozás
* Heurisztikus feldolgozás
* Pozícionálás
* AIDA hatásmodell
* DAGMAR hatásmodell
* Rogers-féle hatásmodell
* Ad-force hatásmodell
* Konnotáció
* Valoritáció
* Imázs
* Arculat
* Aha-élmény
* Blickführung
* Geg
* Teaser/felcsigázó reklám
* Sokkoló reklám
* Denotáció
* Demonstráció
* Konnotáció
* Vállalati imázs
* B2B
* ATL reklámeszköz
* BTL reklámeszköz
* Kreativitássablon
* Társadalmi célú reklám