**Тема 1. Реклама як комунікативна діяльність**

1. Поняття реклами та її роль у комунікаційному процесі.
2. Функції реклами у суспільстві.
3. Елементи рекламного повідомлення.
4. Канали комунікації в рекламі.
5. Цільова аудиторія реклами та її сегментування.
6. Вплив реклами на поведінку споживачів.
7. Взаємозв’язок реклами з іншими формами комунікації.
8. Бар’єри у рекламній комунікації.
* Проаналізуйте рекламні кампанії, які викликали суспільний резонанс або були невдалими. Визначте основні бар'єри, що завадили ефективній комунікації (приклад Blue Water не брати)

Невдалі переклади назв і слоганів брендів <https://yappi.com.ua/posts/read/nevdali-pereklady-nazv-i-slohaniv-brendiv>

Рекламний ринок України. <https://special.ain.ua/ukrainian-ad-market-part-1/>

* Виберіть реальний або вигаданий продукт та опишіть його цільову аудиторію: вік, стать, інтереси, рівень доходу, поведінкові характеристики.
* Виберіть будь-яке рекламне оголошення (друковане, відео або банерне) та визначте його ключові елементи: заголовок, основний текст, візуальну складову, заклик до дії.
* Розробіть текст рекламного оголошення для конкретного продукту або послуги, дотримуючись принципів ефективної комунікації.

***Імпровізаційний виступ «Реклама за 30 секунд»***

Здобувачі отримують від викладача випадковий продукт і за 5 хвилин готують 30-секундну усну рекламу (радіо- або теле-рекламу).

***Основна література***

1. Закон України Про рекламу. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 39, ст. 181. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Mitigating Misinformation and Social Media Manipulation in LLM Era. In Companion Proceedings of the ACM on Web Conference 2024 (pp. 1302-1305). <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3589335.3641256>
3. Slyusar V., Kozlovets M., Horokhova L., Chaplinska O. Phenomenon of targeted advertising in postpanoptic society. *Humanities Studies: Collection of Scientific Papers.* 2021. 8 (85). P. 48–56. doi: <https://doi.org/10.26661/hst-2021-8-85-05>
4. Slyusar V. M., Shkil L. L., Slyusar M. V. Substantive approach to the definition of "advertising": philosophical and communicative aspect. *Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences*. 2021. 9 (86). P. 103 – 112. doi: [https://doi.org/10.35433/PhilosophicalSciences.2(90).2021.103-112](https://doi.org/10.35433/PhilosophicalSciences.2%2890%29.2021.103-112)
5. Verdoliva L. Media forensics and deepfakes: an overview. *IEEE journal of selected topics in signal processing*. 2020. 14(5), 910-932. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9115874>

***Допоміжна література***

1. Арабаджиєв Д. Ю., Сергієнко Т. І. Політична маніпуляція та інформаційно-психологічна безпека в політичних відносинах. *Політикус: наук. журнал.* 2020. № 2. С. 36–44. [http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/9448/1/Arabadzhiev%2cSergienko.pdf](http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/9448/1/Arabadzhiev%2CSergienko.pdf)
2. Горова С. В. Особа в інформаційному суспільстві: виклики сьогодення : монографія. Київ: НБУВ, 2017. 450 c.
3. Попова Н. В. Основи реклами : навчальний посібник. Харків: Видавництво «ВДЕЛЕ», 2016. 145 с. <https://www.researchgate.net/profile/Nadezhda-Popova-5/publication/326466060_Popova_NV_Osnovi_reklami/links/5b4f69cda6fdcc8dae2b3470/Popova-NV-Osnovi-reklami.pdf>
4. Реклама : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.; за ред. І. Ю. Кутліної. Київ: ДП «Вид. дім «Персонал», 2010. 98 с. <https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/reklama.pdf>

**Інформаційні ресурси в Інтернеті**

1. Електронна бібліотека Державного університету «Житомирська політехніка» Режим доступу до ресурсу:<http://eztuir.ztu.edu.ua/>
2. Бібліотека українських підручників [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://pidruchniki.ws/>
3. Електронні ресурси Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу:  [http://www.nbuv.gov.ua/node/2116](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_ph/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21FMT=&S21ALL=&Z21ID=)
4. Науковий журнал «Communications and Communicative Technologies» Режим доступу до ресурсу: <https://cct.dp.ua/index.php/journal>
5. Науковий журнал «Інтегровані комунікації» Режим доступу до ресурсу: <https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal#.XZNUpTiPORl>