**Тема 3. Правові та етичні засади рекламної діяльності**

1. Законодавче регулювання реклами
2. Основні міжнародні рекламні кодекси
3. Поняття правдивості та достовірності реклами
4. Заборонені та обмежені види реклами
5. Захист прав споживачів у рекламі
6. Етичні дилеми рекламної діяльності
7. Соціальна відповідальність рекламодавців
8. Маніпуляція та обман у рекламі.
9. Гендерні та культурні аспекти рекламної етики.

**Практичні завдання**

* Ознайомтеся з рекламним законодавством вашої країни (наприклад, Законом України "Про рекламу"). Виберіть одну статтю закону, проаналізуйте її зміст і поясніть, як вона впливає на створення рекламного контенту. Прикладіть конкретний приклад реклами, яка відповідає або порушує цю статтю.
* Дослідіть Міжнародний кодекс рекламної практики (ICC Code). Виберіть три ключові принципи з кодексу та знайдіть приклади рекламних кампаній (наприклад, з YouTube або X), які їх дотримуються або порушують. Обґрунтуйте свою думку.
* Проаналізуйте рекламний ролик або друковану рекламу (на ваш вибір). Визначте, чи є в ній правдива інформація, і чи можуть споживачі перевірити її достовірність. Напишіть короткий звіт (5-7 речень) із висновками.
* Складіть перелік заборонених видів реклами у вашій країні (наприклад, реклама тютюну, алкоголю). Виберіть один із них і поясніть, чому такі обмеження введено, спираючись на етичні та правові аргументи.
* Уявіть, що ви представник організації із захисту прав споживачів. Розробіть пам’ятку (до 10 пунктів) для споживачів про те, як розпізнати оманливу рекламу та куди звертатися в разі порушення їхніх прав.
* Проаналізуйте реальну рекламну кампанію, яка викликала суперечки (наприклад, через провокацію чи образи). Опишіть етичну дилему, яка виникла, і запропонуйте, як її можна було б вирішити.
* Знайдіть приклад соціально відповідальної реклами (наприклад, кампанії проти насильства чи за екологію). Оцініть її ефективність і поясніть, як вона сприяє позитивним змінам у суспільстві.
* Виберіть рекламу, яка, на вашу думку, використовує маніпулятивні техніки (наприклад, перебільшення, приховані меседжі). Розберіть, які методи використано, і як це може вплинути на аудиторію.
* Проаналізуйте дві реклами (одна з позитивним і одна з негативним прикладом) щодо зображення гендерних ролей або культурних особливостей. Напишіть порівняльний аналіз.
* Напишіть вигаданий лист від імені рекламного агентства до клієнта, в якому пояснюєте, чому їхня ідея реклами суперечить ICC Code, і пропонуєте альтернативний креативний підхід.
* Придумайте концепцію рекламної кампанії для вигаданого продукту (наприклад, "Розумний чайник"), де акцент зроблено на абсолютній правдивості. Створіть слоган і короткий опис.
* Уявіть, що вам потрібно прорекламувати "заборонений" продукт (наприклад, сигарети) у спосіб, який обходить пряму рекламу (наприклад, через мистецтво чи соціальні меседжі). Опишіть ідею кампанії.
* Розробіть концепцію рекламного плакату для кампанії на тему "Збереження води". Включіть слоган, кольорову гаму та основний візуальний елемент.
* Придумайте сатиричну рекламу, яка висміює маніпулятивні техніки (наприклад, "Купи наш продукт, бо всі так роблять!"). Опишіть її формат (ролик, постер тощо).