## Тема 9. Психологічні проблеми рекламної діяльності з точки зору культури та суспільства

*Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):*

1. „Адвертологічний” підхід в психології рекламної комунікації
2. Три типи психологічно недобросовісної реклами.
3. Психологічна ефективність рекламної діяльності та методи її оцінки.
4. Оцінка успішності впливу реклами.
5. Оцінки рівнів психологічної ефективності реклами.

*Тематика рефератів:*

1. Проблема ставлення суспільства до реклами
2. Рекламна діяльність як діалог
3. Концепція соціально-етичного маркетингу і проблеми психології розвитку особистості
4. Українські бренди: минуле, сьогодення та майбутнє.
5. Рекламна субкультура та її основні ознаки.
6. Особливості рекламного процесу в міжнародному контексті та в Україні.
7. Світ речей і світ людей: реклама як соціальна реальність.
8. Образ-носій як основний елемент рекламного іміджу.

*Практичні завдання:*

*Завдання 1.* Створити рекламу одного і того ж товару (послуги) для вітчизняного ринку та зарубіжних ринків. Товар/послугу та носії реклами обрати самостійно (колективно).

*Завдання 2.* Переглянути «блок» рекламних роликів. Які тенденції національної культури відмічаються в переглянутих рекламах? Чи впливає культура нашого народу на характер телевізійної та радіореклами? Відповідь обґрунтувати.