

*Семінар 14. Соціологічні дослідження аудиторії рекламної комунікації*

Аудиторія як об'єкт і суб'єкт комунікації.

Особливості соціологічного дослідження аудиторії.

Методологічні процедури дослідження аудиторії.

Способи виміру теле-, радіоаудиторії