 **Практичне завдання для самостійного виконання**

Усі завдання завантажити у папку на Гугл-диску з назвою «кейс\_2\_**вказати ваше прізвище та ім’я**». Налаштувати відкритий доступ для тих, хто має посилання. У системі moodle розмістити посилання на кейс 2.

1. Знайти приклади недобросовісної реклами, прихованої реклами у аудіовізуальних та друкованих медіа;
2. Навести приклади порушень законодавчих норм за ст.12, 13, 13’1, 20, 21;
3. Підібрати приклади продакт плейсменту (РР) та спонсорства;
4. Здійснити моніторинг телеканалів у будні і вихідні дні у прайм тайм та у звичайний час з метою аналізу дотримання законодавчих норм щодо телевізійної реклами (ст. 13 ЗУ «Про рекламу»);
5. Створити інфографіку за статтями 7/13/21/23 (на вибір).

**Рекомендована література**

1. Директива N 79/112/ЄЕС Ради ЄЕС про зближення законів держав – членів ЄЕС щодо маркування, представлення і реклами харчових продуктів, призначених для продажу кінцевому споживачу від 18.12.1978. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_702>.
2. Директива Ради 84/450/ЄЕС «Щодо наближення законів, постанов та адміністративних положень держав-членів стосовно реклами, яка вводить в оману» від 10.09.1984. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/994_347>.
3. Про медіа : Закон України від 22.032023. № 2849-IX. Дата оновлення : 31.03.2023. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text
4. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996. [№ 271/96-ВР](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/271/96-%D0%B2%D1%80). Дата оновлення : 31.03.2023. URL: <https://bit.ly/3Ud1CXK>
5. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України від 14.10.2020. 3689-XII. Дата оновлення : 14.10.2020. URL: https://bit.ly/3UpxOrl
6. Санакоєва Н. Теорія та історія реклами. Запоріжжя : Просвіта, 2014. 126 с.
7. Санакоєва Н., Закарлюка М. Спонсорство як рекламно-комунікативна технологія у медіахолдингу Starlightmedia. *Держава та регіони. Серія* : *Соціальні комунікації.* 2016. №4. С. 124 – 128.
8. Санакоєва Н., Кущ С. Транснаціональний медіабренд «FORBES»: позиціонування та специфіка реклами у «FORBES Україна». *Держава та регіони*. *Серія: Соціальні комунікації.* 2016. № 4. С.129 – 133.
9. Санакоєва Н., Березенко В., Доценко К., Кудінов І., Іванець Т. Формування мотиваційного дискурсу особистості засобами соціальної реклами *Держава та регіони*. *Серія: Соціальні комунікації*. 2017. №4 (32). С. 216–223. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2017_4_41>
10. Sanakoyeva N. The role of the social advertising in the national media education system: Ukrainian experience *Media4u Magazine (Czech Republic,Чехія)*, 2015. Р. 54–60.