**Практичне заняття 5**

**Визначення ефективних комунікаційних технологій, каналів розповсюдження реклами**

1. Модель соціалізаційного впливу рекламних комунікацій. Задоволеність цільової аудиторії реклами як чинник соціалізації.
2. Чинники соціально-комунікаційного впливу реклами на цільову аудиторію у відомих рекламних моделях.
3. Соціально-комунікаційна модель AIDASSoc.

* **Завдання:**

1. Провести дослідження соціалізаційного впливу реклами на прикладі аналізу кейсів сучасних рекламних кампаній (оформити як презентацію).