***ІНДИВІДУАЛЬНЕ ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ: МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ***

**Індивідуальне дослідницьке завдання** (ІДЗ) варто обрати тим, хто володіє базовими методами ведення наукових досліджень і прагне поглибити власні знання щодо методів впливу реклами на споживача та опанувати сучасні методи аналізу рекламного дискурсу.

Індивідуальне практичне завдання: підготувати доповідь-презентацію **«Психологічні особливості впливу реклами (певна ТМ) на споживача» (ТМ на вибір студента).**

У доповіді-презентації тема повинна бути розкрита у двох взаємопов’язаних аспектах: теоретичному і практичному. Обов’язковим є висвітлення ключових теоретичних підходів та ілюстрація їх. Презентація має складатися із 20-30 слайдів. Може містити відео- та/або аудіо- супровід. Має обов’язково містити список використаних джерел.

Результати ІДЗ можуть стати основою для доповідей на студентських науково-практичних *конференціях.*

***Захист групового творчого проекту або індивідуального дослідницького завдання*** *(max 20 балів) здійснюється на заліковому тижні. Публічний захист є обов’язковою вимогою для зарахування результатів за даними видами робіт.*

*Кількість учасників у групі: 3-4 особи.*

*Для запису на груповий творчий проект слід впродовж перших двох тижнів семестру подати заявку із зазначенням обраної теми, прізвищ та функцій виконавців, контактних даних керівника проекту .*