**Семінар 1. Аудиторія ЗМК – ключовий термін категорійно-понятійного апарату Соціології масових комунікацій**

1. Аудиторія засобів масової комунікації
* Визначення понять: аудиторія, публіка, масова аудиторія
* Особливості (від)творення аудиторії ЗМК
* Типи аудиторії ЗМК: реальна, потенційна, регулярна, цільова, масова та спеціалізована
* Кількісні та якісні показники аудиторії
1. Соціальний та маркетинговий підхід дослідження аудиторії ЗМК

**Література:**

1. Горпинич О.В., Архипова А.О. Соціологія масових комунікацій та медіапланування: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2018. 255 с. (Розділ 10)
2. Лукашевич М. П., Туленков М. В. Соціологія. Загальний курс: Підручник. Київ: Каравела, 2004. 456 с. (Розділ 14)

***За підпунктами семінару готуєте невеликі презентації на 3-4 слайди максимум! В презентаціях особливо цінними будуть Ваші приклади)! Успіхів!***