

**Семінар 14. Основні напрямки дослідження рекламної комунікації:
дослідження комунікатора**

1. Соціологічні дослідження комунікатора та його характеристики.
2. Особливості та специфіка використання прикладних соціологічних методів збору та обробки інформації в дослідженні комунікатора.
3. Дослідження впливу комунікації на індивіда під керівництвом К.Ховленда
4. Використання результатів Шарлоттського експерименту.
5. Особливості національної інформаційної інфраструктури.
6. Глобалізація інформаційних процесів.