

1580985

О. І. ОБЛАСОВА,
Н. О. КОДАЦЬКА

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

TOGETHER FOR A SUSTAINABLE FUTURE

ЗМІНЮЙ СВІТ ВІДПОВІДАЛЬНО

ДУМАЙ. ВІДЧУВАЙ. ДІЙ!

СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА:
СИЛА ВПЛИВУ ДЛЯ ДОБРА

YOUR VOICE CAN CHANGE THE WORLD

SMALL STEPS, BIG IMPACT

EVERY ACTION COUNTS

МОВА СЕРЦЯ: ЯК РЕКЛАМА СТВОРЮЄ СЕНС
ІДЕЇ, ЩО НАДИХАЮТЬ НА ДІЇ

ACT TODAY FOR A BETTER TOMORROW

Навчальний посібник присвячений актуальним питання соціальної реклами. Представлено матеріали до лекцій, завдання для індивідуального опрацювання студентами матеріалу та проблемні питання з кожної теми. Метою даної праці є надання бакалаврам – майбутнім фахівцям з журналістики, реклами та PR матеріалів для більш глибокого засвоєння курсу та набуття передбачених ОПП «Журналістика, реклама та зв'язки з громадськістю» компетенцій. Надані у навчальному посібнику матеріали являють собою узагальнення інформації про низку актуальних для соціальної реклами питань, які стосуються: визначення та сутності соціальної реклами, специфіки її функцій, історичних аспектів та світового досвіду соціальної реклами, принципів її класифікації та форм реалізації.

Особливу увагу приділено особливостям створення та сприйняття різних форм соціальної реклами, її ефективності, сучасним формам і технологіям створення та просування.

ЗМІСТ

Передмова	4
Глосарій термінів і понять реклами	5
Розділ 1. Визначення та сутність соціальної реклами	15
Розділ 2. Функції соціальної реклами	24
Розділ 3. Історія та еволюція соціальної реклами у світі	35
Розділ 4. Принципи класифікації та форми соціальної реклами	75
Розділ 5. Особливості створення та сприйняття різних форм соціальної реклами	94
5.1. Поняття ефективності соціальної реклами	94
5.2. Методи оцінювання психологічного впливу реклами	99
5.3. Соціальна реклама як об'єкт сприйняття: основні компоненти ефективного впливу	102
5.4. Інструменти створення соціальної реклами і засоби її поширення	112
5.5. Особливості конструювання соціальної реклами	116
5.6. Стратегія соціальної реклами: як не помилитися	119
Розділ 6. Сучасні форми та технології соціальної реклами ...	122
Розділ 7. Цифровізація соціальної реклами	140