**МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РЕКЛАМІ**

**Викладач:** к. філол.н., доц. Наталя Дмитрівна Санакоєва

**Кафедра:** теорії комунікації, реклами та зв’язків із громадськістю, 2й корп. ЗНУ, ауд. 218 (2й поверх)

**Email:** [n\_sanakoyeva @ukr.net](mailto:sirinyok.dolgaryova@gmail.com)

**Телефон:** (061) 289-12-17 (кафедра), 289-41-11 (деканат)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Освітня програма, рівень вищої освіти** | | Реклама; Магістр | | | | | |
| **Статус дисципліни** | | Нормативна | | | | | |
| **Кредити ECTS** | 4 | **Навч. рік** | 2020-2021 1 семестр | **Рік навчання - 2** | | **Тижні** | 11 |
| **Кількість годин** | 1 20 | **Кількість змістових модулів[[1]](#footnote-1)** | | **6** | **Лекційні заняття –12 / 6 год**  **Практичні заняття –22 / 12 год**  **Самостійна робота –** **86 год.** | | |
| **Вид контролю** | *Залік* | | | |  | | |
| **Посилання на курс в Moodle** | | | https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=9959 | | | | |
| **Консультації:** | | | щочетверга, 12.55-14.15 або за домовленістю чи ел. поштою | | | | |

**ОПИС КУРСУ**

**Мета курсу** – ознайомлення з основними теоріями і концепціями, методами та технологіями впливу на споживача, сприяння виробленню вмінь та навичок аналізу закономірностей та механізмів впливу на споживача у сфері реклами

Інтерактивний формат курсу, що спонукатиме до дебатів, полеміки, аргументованого відстоювання власної точки зору, орієнтований на розвиток критично важливих для фахівця у галузі реклами та зв’язків із громадськістю навичок ефективної усної й письмової комунікації.

Виконання групових практичних завдань та підсумкових групових творчих проектів спонукає до розвитку навичок командної роботи, організаційних та лідерських якостей.

Дисципліна розрахована на один семестр.

**ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ**

**У разі успішного завершення курсу студент зможе:**

* визначати методи впливу на споживача реклами;
* виявляти маніпуляційні технології, що використовуються різними ТМ;
* формувати інформаційний та рекламний контент із врахуванням механізмів впливу на свідомість споживача реклами.

**ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ**

*Презентації лекцій, плани семінарських занять, методичні рекомендації до виконання індивідуальних дослідницьких завдань та групових творчих проектів розміщені на платформі Moodle:* https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=9959

**КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ**

***Поточні контрольні заходи (max 60 балів):***

Поточний контроль передбачає такі ***теоретичні*** завдання:

* усне опитування і обговорення питань винесених на практичне заняття;
* термінологічний диктант – на початку кожного практичного заняття.
* робота у групі над розв’язанням практичного завдання, поставленого викладачем – на кожному практичному занятті*;*
* тест-перевірка знань за розділом.

Поточний контроль передбачає такі ***практичні*** завдання:

* презентація наукового дослідження із запропонованої теми (електронний та формування добірки прикладів, що ілюструватимуть теоретичні положення певних тем (електрон.документ);
* створення інфографіки для репрезентації питань плану практичного заняття;
* аргументативне есе (*складається з таких структурних елементів: вступу, де студент декларує власну точку зору на проблему, поставлену у заголовку есе; щонайменше трьох аргументів на користь власної точки зору, структурованих за принципом SEXI (Statement-Explanation-Example-Importance/Impact); висновку, де попередні результати синтезуються та інтегруються у більш глобальний контекст. Оскільки головна мета есе – змусити читача розділити точку зору автора, важливо використовувати риторичні фігури переконання, маркери логічної послідовності елементів («по-перше», «по-друге», «з вищезазначеного витікає» та ін.), апелювати до етосу (спільних цінностей, поглядів, знань) та фактів (дослідження, статистичні дані, думки фахівців, приклади з життя), проводити ефектні паралелі й аналогії для демонстрації вашої ерудиції, вдало використовувати цитати з прочитаних текстів, правильно обрати інтонацію спілкування з читачем);*
* практико-орієнтоване навчання (case-study)
* презентація власних досліджень.

***Підсумкові контрольні заходи (max 40 балів):***

***Теоретичний підсумковий контроль*** – 2 тести по 10 балів кожен (за 1й і 2й півсеместри, проводиться онлайн на платформі Moodle) (*max 20 балів)*.

***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 за посиланням:*

***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.*

*Тема ІДЗ обирається впродовж перших двох тижнів семестру з переліку запропонованих тем.*

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

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| За шкалоюECTS | За шкалою університету | За національною шкалою | |
| Екзамен | Залік |
| A | 90 – 100 (відмінно) | 5 (відмінно) | Зараховано |
| B | 85 – 89 (дуже добре) | 4 (добре) |
| C | 75 – 84 (добре) |
| D | 70 – 74 (задовільно) | 3 (задовільно) |
| E | 60 – 69 (достатньо) |
| FX | 35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання) | 2 (незадовільно) | Не зараховано |
| F | 1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом) |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Контрольний захід** | | **Термін виконання** | **% від загальної оцінки** |
| **Поточний контроль (max 60%)** | |  |  |
| *Змістовий модуль 1* | *Вид теоретичного завдання:* опитування, тестування | тиждень 1 | 1 % |
| *Вид практичного завдання:* групова робота |  | 5% |
| Індивідуальне письмове завдання |  | 3% |
| *Змістовий модуль 2* | *Вид теоретичного завдання:* термінологічний диктант | тиждень 3 | 1 % |
| *Вид практичного завдання:* групова робота |  | 5% |
| Індивідуальне письмове завдання |  | 3 % |
| *Змістовий модуль 3* | *Вид теоретичного завдання*: опитування . | тиждень 5 | 1 % |
| *Вид практичного завдання:* групова робота |  | 5 % |
| Індивідуальне письмове завдання |  | 3% |
| *Змістовий модуль 4* | *Вид теоретичного завдання*: опитування. | тиждень 7 | 1 % |
| *Вид практичного завдання:* групова робота |  | 5% |
| Індивідуальне письмове завдання |  | 3% |
| *Змістовий модуль 5* | *Вид теоретичного завдання:* опитування. | тиждень 9 | 1 % |
| *Вид практичного завдання:* практико-орієнтоване навчання (case-study) |  | 5% |
| Індивідуальне письмове завдання |  | 3 % |
| *Змістовий модуль 6* | *Вид теоретичного завдання*: тестування | тиждень 11 | 5 % |
|  | *Вид практичного завдання: проектна діяльність* |  | 10% |
| **Підсумковий контроль (max 40%)** | |  |  |
| *Підсумкове теоретичне завдання:* ***тести (на Moodle)*** | | тиждень 12 | 20 % |
| *Підсумкове практичне завдання* публічна презентація реалізованого дослідження | |  | 20 % |
| **Разом** | |  | **100%** |

**РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Тиждень**  **і вид заняття** | **Тема змістового модулю** | **Контрольний захід** | | **Кількість балів** |
| Змістовий модуль 1 | | | | |
| Тиждень 1  Лекція 1 | Тема 1. Рекламний вплив як основа рекламної комунікації |  | |  |
| Тиждень 2  Семінар 1 |
| Групова дискусія.  Опитування.  Індивідуальне письмове завдання: підготувати аргументативний есей із запропонованої теми. | | 9 |
| Змістовий модуль 2 | | | | |
| Тиждень 3  Лекція 2 | Соціалізація як комунікаційний процес у комерційній і некомерційній рекламі |  | |  |
| Тиждень 4  Семінар 2 | Термінологічний диктант.  Створення інфографіки до питань плану практичного заняття. | | 9 |
| Змістовий модуль 3 | | | | |
| Тиждень 5  Лекція 3 | Засоби сучасного рекламного впливу |  | |  |
| Змістовий модуль 4 | | | | |
| Тиждень 6  Семінар 3 | Сучасна практика рекламного впливу | | Тестування  Індивідуальне письмове завдання. Підготувати доповідь із ілюстративним матеріалом до обраної теми дослідження. | 9 |
| Змістовий модуль 5 | | | | |
| Тиждень 7  Семінар 4 | Визначення ефективних комунікаційних технологій, моделей, каналів розповсюдження реклами | Опитування.  Індивідуальне письмове завдання.  Групова робота: вирішення практичних завдань на занятті. | | 9 |
| Тиждень 8  Семінар 5 | Практики рекламування та споживча поведінка | Тестування.  Практико-орієнтоване навчання (case-study): аналіз кейсів сучасних рекламних кампаній | | 9 |
| Змістовий модуль 6 | | | | |
| Тиждень 9  Семінар 6 | Підсумковий контроль (теоретичний і практичний) | Підсумкове теоретичне завдання: тести (на Moodle).  Групова робота. публічна презентація власного дослідження. | | 10  10 |

**ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА**

1. Яненко Я. Сучасні рекламні комунікації як чинник соціалізації. Суми: Сумський державний університет, 2018. 300с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/70957
2. Ковалевська Т., Кондратенко Н. Реклама та РR в масовоінформаційному просторі Одеса: Астропринт, 2009. 400 с.
3. Санакоєва Н. Психологічні основи реклами та PR Запоріжжя: ЗНУ, 100с.

**ДОДАТКОВІ ДЖЕРЕЛА**

1. Бутенко Н. Соціальна психологія в рекламі. Київ: КНЕУ, 2006. 384 с.
2. Кальба Я. Психологічні механізми впливу реклами на свідомість та поведінку людини. *Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави:* [зб.наук.праць / Заг. ред. М.М.Слюсаревський та ін.]. Київ: Міленіум, 2011. Вип. 27 (30). С. 157-167.
3. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 368 с.
4. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. Москва: Инфра-М, 2000. 230 с.
5. Миронов Ю. Основи рекламної діяльності: навчальний посібник. URL:: <http://tourlib.net/books_others/reklama.htm>
6. Примак Т. Маркетинг. Київ: МАУП, 2004. 228 с.
7. Яненко Я.В. «Святкова» та «акційна» реклама: соціалізаційний аспект. *Вісник Київського національного університету ім.Тараса Шевченка*. Серія Журналістика. 2017. Вип. 2 (23). С. 42–46. http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/675012.
8. Яненко Я.В. Особенности новых медиа: человекоцентричность, сторителлинг, социализационное влияние. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика.* 2018. № 1. С. 12–18. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/68033

**ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ**

1. Бугрим В. Комунікативно-технологічні матриці побудови ефективного іміджу. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=262>
2. Бурлака А. Символічна знаковість рекламної продукції в процесі інформативнокомунікативних відносин. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=263>
3. Васьківський Ю. Криза реклами в медіах: соціокультурні наслідки. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tir/2010_9_1/index.html>
4. Грушевська Ю. Дослідження мотивів поведінки молоді з метою виявлення ідей для соціальної реклами. URL : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\_Gum/Tir/2010\_9\_1/index.html
5. Кальба Я. Психологія мас: навчальний посібник. URL :  http://www.bohdanbooks.com/userfiles/file/books/lib\_file\_1025935280
6. Лук’янець Т. Маркетингова політика комунікацій URL :  <http://library.if.ua/books/126.html>
7. Орбан-Лембрик Л. Соціальна психологія. URL : http://pidruchniki.ws/1584072039084/psihologiya/sotsialnapsihologiya-\_orban-lembrik
8. Різун В. Маси URL : <http://www.altshuller.ru/>
9. Різун В. Природа й структура комунікативного процесу. URL : <http://www>. journ.univ.kiev.ua/.
10. . Різун В. Теорія масової комунікації. URL :  <http://www>. journ.univ.kiev.ua/.

**РЕГУЛЯЦІЇ І ПОЛІТИКИ КУРСУ[[2]](#footnote-2)**

**Відвідування занять. Регуляція пропусків.**

*Інтерактивний характер курсу передбачає обов’язкове відвідування практичних занять. Студенти, які за певних обставин не можуть відвідувати практичні заняття регулярно, мусять впродовж тижня узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять. Окремі пропущенні завдання мають бути відпрацьовані на найближчій консультації впродовж тижня після пропуску. Відпрацювання занять здійснюється усно у формі співбесіди за питаннями, визначеними планом заняття. В окремих випадках дозволяється письмове відпрацювання шляхом виконання індивідуального письмового завдання.*

*Студенти, які станом на початок екзаменаційної сесії мають понад 70% невідпрацьованих пропущених занять, до відпрацювання не допускаються.*

**Політика академічної доброчесності**

Кожний студент зобов’язаний дотримуватися принципів академічної доброчесності. Письмові завдання з використанням часткових або повнотекстових запозичень з інших робіт без зазначення авторства – це *плагіат*. Використання будь-якої інформації (текст, фото, ілюстрації тощо) мають бути правильно процитовані з посиланням на автора! Якщо ви не впевнені, що таке плагіат, фабрикація, фальсифікація, порадьтеся з викладачем. До студентів, у роботах яких буде виявлено списування, плагіат чи інші прояви недоброчесної поведінки можуть бути застосовані різні дисциплінарні заходи (див. посилання на Кодекс академічної доброчесності ЗНУ в додатку до силабусу).

**Використання комп’ютерів/телефонів на занятті**

Будь ласка, вимкніть на беззвучний режим свої мобільні телефони та не користуйтеся ними під час занять. Мобільні телефони відволікають викладача та ваших колег. Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо. Електронні пристрої можна використовувати лише за умови виробничої необхідності в них (за погодженням з викладачем). Під час виконання заходів контролю (термінологічних диктантів, контрольних робіт, іспитів) використання гаджетів заборонено. У разі порушення цієї заборони роботу буде анульовано без права перескладання.

**Комунікація**

Очікується, що студенти перевірятимуть свою електронну пошту і сторінку дисципліни в Moodle та реагуватимуть своєчасно. Всі робочі оголошення можуть надсилатися через старосту, на електронну на пошту та розміщуватимуться в Moodle. Будь ласка, перевіряйте повідомлення вчасно. *Ел. пошта має бути підписана справжнім ім’ям і прізвищем*. Адреси типу user123@gmail.com не приймаються!

***ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2020-2021 рр.***

***ГРАФІК НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ 2020-2021 н. р.*** *(посилання на сторінку сайту ЗНУ)*

***АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ.*** Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених ***Кодексом академічної доброчесності ЗНУ*:** <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. *Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти* (додається в обов’язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzzlu3>.

***НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ.*** Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід’ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до *Положення про організацію та методику проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ*: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>**.**

***ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ.*** Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається *Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються *Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/ycds57la>.

***НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА.*** Порядок зарахування результатів навчання, підтверджених сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, регулюється *Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті*: <https://tinyurl.com/y8gbt4xs>.

***ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ.*** Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов’язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються *Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/ycyfws9v>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: *Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; *Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

***ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА.*** Телефон довіри практичного психолога (061)228-15-84 (щоденно з 9 до 21).

***ЗАПОБІГАННЯ КОРУПЦІЇ.*** Уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції (Воронков В. В., 1 корп., 29 каб., тел. +38 (061) 289-14-18).

***РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ.*** Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь-ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

***РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ. Наукова бібліотека***: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок – п`ятниця з 08.00 до 17.00; субота з 09.00 до 15.00.

***ЕЛЕКТРОННЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE): https://moodle.znu.edu.ua***

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресами:

· для студентів ЗНУ - moodle.znu@gmail.com, Савченко Тетяна Володимирівна

· для студентів Інженерного інституту ЗНУ - alexvask54@gmail.com, Василенко Олексій Володимирович

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.

Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015.

1. **1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредита EСTS). Детальна формула розрахунку – в рекомендаціях.** [↑](#footnote-ref-1)
2. *Тут зазначається все, що важливо для курсу: наприклад, умови допуску до лабораторій, реактивів тощо. Викладач сам вирішує, що треба знати студенту для успішного проходження курсу!* [↑](#footnote-ref-2)