

## МЕТОДОЛОГІЯ СОЦІОЛОГІЇ РЕКЛАМИ ТА КОМУНІКАЦІЙ

**Викладач:** к. філос. н., доц. кафедри соціології Павленко Іва Олександрівна

**Кафедра:** соціології, 4й корп. ЗНУ, ауд. 309 (3<sup>й</sup> поверх)

**Email:** [iva.fsu@gmail.com](mailto:iva.fsu@gmail.com)

**Телефон:** (061) 289-12-58 (кафедра)

**Facebook Messenger:** <https://www.facebook.com/iva.pavlenko>

<b>Освітня програма, рівень вищої освіти</b>	Соціологія; Бакалавр					
<b>Статус дисципліни</b>	Нормативна					
<b>Кредити ECTS</b>	3	<b>Навч. рік</b>	2020-2021 1 семестр	<b>Рік навчання - 2</b>	<b>Тижні</b>	12
<b>Кількість годин</b>	90	<b>Кількість змістових модулів<sup>1</sup></b>	<b>2</b>	<b>Лекційні заняття – 14 год Практичні заняття – 14 год Самостійна робота – 66 год.</b>		
<b>Вид контролю</b>	<i>Залік</i>					
<b>Посилання на курс в Moodle</b>	<a href="https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=4670">https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=4670</a>					
<b>Консультації:</b>	щочетверга, 12.55-14.15 або за домовленістю чи ел. поштою					

### ОПИС КУРСУ

Дисципліна являє собою курс лекцій, семінарів, практичних занять, присвячених вивченню методів і процедур одержання інформації для виявлення і визначення властивостей і особливостей соціального життя, соціальних взаємодій, обумовлених рекламою та комунікаціями.

Метою дисципліни є знайомство студентів з поняттями і сутністю соціології реклами, виникненням і розвитком реклами як соціального явища, соціального інституту, соціальної технології, основними поняттями реклами як комунікаційного процесу, поняттями інформаційного забезпечення реклами і його структурою, рекламними планами як компонентом системи маркетингового планування, етапами планування і їх специфікою. Велика увага приділяється аналізу засобів аналізу ефективності реклами. Розглядаються зміст і напрямки рекламних досліджень.

Курс дозволяє зрозуміти сучасні економічні та соціальні теорії, наукові досягнення соціології, менеджменту, маркетингу, соціальної психології та інших суспільних наук. Методологічними основами вивчення курсу є аналіз реклами та комунікацій при реалізації концепції маркетингу. Методичними основами вивчення курсу соціології реклами та комунікацій виступають соціологічні методи: опитування, аналіз документів, спостереження, експеримент.

### ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У разі успішного завершення курсу студент зможє:

1. Здійснювати рекламне планування.
2. Формулювати задачі рекламної кампанії.
3. Визначити процедуру дослідницького проекту.
4. Створювати рекламне звернення до різних типів ЗМІ.
5. Формувати рекламний бюджет.
6. Відслідковувати комунікативну ефективність реклами.

<sup>1</sup> 1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредита ECTS). Детальна формула розрахунку – в рекомендаціях.

7. Використовувати набуті знання на практиці.

## ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ

Презентації лекцій, плани семінарських занять, методичні рекомендації до виконання індивідуальних дослідницьких завдань та групових творчих проєктів розміщені на платформі Moodle: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=4670>

## КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ

### Поточні контрольні заходи (тах 60 балів):

Поточний контроль передбачає такі **теоретичні** завдання:

- Усне опитування і обговорення вітчизняної та іншомовної наукової і професійної літератури в галузі соціології рекламного впливу (статті, презентації, тези, книги українською та англійською мовами).
- Короткі тести/контрольні роботи за пройденим матеріалом.

Поточний контроль передбачає такі **практичні** завдання:

- Захист опорних конспектів, звітів та оглядів.
- Виконання індивідуальних завдань та самостійної роботи студента.
- Розв'язання практичних ситуацій (кейсів).
- Презентація власних досліджень.

### Підсумкові контрольні заходи (тах 40 балів):

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

**Підсумкове практичне завдання (фінальний проєкт)** – підготовка і презентація власного дослідження із обраним кейсом (проблемою).

**Вимоги до фінального проєкту:** обсяг – 2 сторінки А4. Times New Roman, 14 pt, 1,5 інтервал. Презентація і обговорення Master Thesis Proposal відбуватиметься на двох останніх заняттях. Презентації мають бути підготовлені в Power Point або Prezi форматах, до 10 слайдів.

### **Критерії оцінювання фінального проєкту:**

1) завдання виконано у повному обсязі, без стилістичних, орфографічних і граматичних помилок, використана професійна лексика, словниковий запас різноманітний і релевантний, презентація відповідає змісту проєкту, логічно ілюструє його – 20-15 балів; 2) завдання виконано частково, з лексичними, орфографічними і граматичними помилками, презентація не відображає зміст проєкту в повному обсязі, частково ілюструє його – 14-8 балів; 3) завдання виконано з великою кількістю помилок, словниковий запас одноманітний, презентація або не відповідає змісту проєкту, або взагалі відсутня – 0-7 балів.

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

За шкалою ECTS	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)	3 (задовільно)	
D	70 – 74 (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
<b>Поточний контроль (max 60%)</b>			
Змістовий модуль 1	Вид теоретичного завдання: вивчення базових модулів реклами як соціальної технології	тиждень 2	5%
	Вид практичного завдання: оволодіння загальними навичками складання вимог, які пред'являються до інформації, використаної в процесі управління рекламною діяльністю	тиждень 3	10%
	Вид теоретичного завдання: розгляд ролі і завдань дослідження реклами	тиждень 4	5%
	Вид практичного завдання: розробка стратегії для служби рекламних досліджень	тиждень 5	10%
Змістовий модуль 2	Вид теоретичного завдання: вивчення етапів процесу комунікативних рекламних досліджень	тиждень 7	5%
	Вид практичного завдання: складання етапів рекламного планування	тиждень 8	10%
	Вид теоретичного завдання: розгляд рекламної стратегії та тактики рекламної діяльності	тиждень 9	5%
	Вид практичного завдання: написати summary (чернетку) до своєї власної стратегії контролю комунікативної ефективності	тиждень 10	10%
<b>Підсумковий контроль (max 40%)</b>			
Підсумкове теоретичне завдання: <i>тести (на Moodle)</i>		тиждень 11	20%
Підсумкове практичне завдання: публічна презентація власного наукового дослідження		тиждень 12	20%
<b>Разом</b>			<b>100%</b>

### РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Тиждень і вид заняття	Тема заняття	Контрольне завдання	Кількість балів
Змістовий модуль 1.			
Тиждень 1 Лекція 1	Реклама у полі соціологічного дискурсу		
Тиждень 2 Семінар 1	Реклама: проблеми ідентифікації та визначення	Написання реферату за обраною темою. Робота з першоджерелами. Підготовка доповіді	6
Тиждень 3 Лекція 2	Базові модулі реклами як соціальної технології		
Тиждень 4	Сегментація, як модуль	Розробити алгоритмізацію рекламного	6

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ**  
**Силабус навчальної дисципліни**



Семінар 2	соціальної технології	процесу. Робота з першоджерелами, аналіз категоріально – понятійного апарату. Підготовка доповіді	
Тиждень 5 Лекція 3	Організація рекламної діяльності		
Тиждень 6 Семінар 3	Засоби розповсюдження реклами	Проаналізувати учасників рекламної діяльності: рекламодавці, рекламні агентства, засоби масової інформації, допоміжні учасники рекламної діяльності, споживач. Робота з першоджерелами. Підготовка доповіді	6
<b>Змістовий модуль 2.</b>			
Тиждень 7 Лекція 4	Ефективність реклами		
Тиждень 8 Семінар 4	Прямий аналіз реклами як форми витрат	Розглянути рекламні витрати як складової у виручці (обороті), відношення рекламних витрат до операційного (чистого) прибутку. Робота з першоджерелами. Підготовка доповіді	6
Тиждень 9 Лекція 5	Моделі аналізу рекламного впливу		
Тиждень 10 Семінар 5	Ієрархічні моделі реклами та комунікацій	Праналізувати типологію ієрархічних моделей. Робота з першоджерелами, підготовка конспекту	6
Тиждень 11 Лекція 6	Основні методи дослідження ефективності реклами та комунікацій		
Тиждень 12 Семінар 6	Загальні принципи дослідження рекламних повідомлень та відкриті дослідження комунікацій	Термінологічний диктант Робота у групах: «Етапи створення реклами: опис вигод, позиціонування продукту, унікальна торговельна пропозиція». Підготовка доповіді	6

## ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс: Навч. посібник. / Пер. з англ. – М.: Видавничий дім "Вільямс", 2001
2. Гольман И.А. Рекламное планирование. Рекламные технологии. Организация рекламной деятельности. - М.: Издательство "Гелла-принт", 2013.
3. Евстафьев В.А. Журналистика и реклама. Основы взаимодействия. М.: Има-пресс, 2011
4. Росситер Дж. Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. СПб., 2011
5. Шарков Ф.И. Интегрированные бренд-коммуникации. М., 2014



6. Демченко С. Масова комунікація як чинник формування громадського суспільства в незалежній Україні. – Дніпропетровськ.: Маковецький, 2009 – 368 с.
7. Кузнецов П.А. Соціальна реклама : теорія і практика : учеб. пособие для студентов вузов, – М.: ЮНИТИ-Дана, 2010. – 175с.

*Додаткові:*

1. Лопатина Н.В. Социология маркетинга. – М.: Академический проспект, 2005. – 304 с.
2. Лисиця Н. М. Соціально-економічні аспекти розвитку рекламної діяльності / Н.М. Лисиця. – Х.: ХНЕУ, 2007. – 232 с.
3. Мазурок П. Конкурентоспроможність і проблеми зайнятості молоді / П. Мазурок // Підприємництво, господарство і право. – 2002. – № 3. – С. 111- 113.
4. Музыкант В.Л. Реклама и PR- технологии в бизнесе, коммерции и политике. М.: Армада-пресс, 2001. – 686 с.



## РЕГУЛЯЦІЯ І ПОЛІТИКИ КУРСУ<sup>2</sup>

### **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 пропущені 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).

### **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!

---

<sup>2</sup> 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!



## 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 методу 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/vcde57la>.

**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/ycyfw9v>. 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](mailto:moodle.znu@gmail.com), Савченко Тетяна Володимирівна
- для студентів Інженерного інституту ЗНУ - [alexvask54@gmail.com](mailto: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>.

**Центр інтенсивного вивчення іноземних мов:** <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

**Центр німецької мови, партнер Гете-інституту:** <https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocnu/nim>

**Школа Конфуція (вивчення китайської мови):** <http://sites.znu.edu.ua/confucius>