



ПРАКТИКУМ ІЗ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

Викладач: Санакоєва Наталя Дмитрівна, к.філол.н, доцент

Профайл викладача: https://sites.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view_details&news_id=37343&lang=ukr&news_code=sanako--va-nataliya-dmitrivna

Кафедра: соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, навчальний корпус ЗНУ № 2, ауд. 217

E-mail: n_sanakoyeva@ukr.net

Телефон: 289-12-17 (кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності)

Сторінка дисципліни на платформі СЕЗН (Moodle): <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=2301>

Засоби зв'язку: на сторінці дисципліни форуми «ФОРУМ: новини а оголошення» та «ФОРУМ: on-line консультації з дисципліни», а також приватні повідомлення в СЕЗН ЗНУ.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Галузь знань 06 Журналістика	Кількість кредитів: 3	Статус дисципліни: Дисципліни вільного вибору здобувача освіти в межах спеціальності
Спеціальність 061 Журналістика	Загальна кількість годин: 90	Семестр: 3
Спеціалізація / Предметна спеціальність немає	Змістових модулів: 3	Аудиторна робота: 32 годин Лабораторні заняття: 32 год. Самостійна робота здобувача освіти: 58 год.
Освітньо-професійна програма <i>Реклама і зв'язки із громадськістю</i>	Кількість поточних контрольних заходів: Вид підсумкового семестрового контролю:	
Рівень вищої освіти: бакалаврський	залік	

ВИДИ ЗАНЯТЬ І РОЗКЛАД

Рік навчання 2023/2024	Семестр I: вересень - грудень	Термін навчання: 04.09.2023 – 12.11.2023	Заліковий тиждень: 13.11.2023 – 19.11.2023	
Загальна кількість годин – 90	Форми організації освітнього процесу	Аудиторна/дистанційна робота		Самостійна робота здобувача освіти
	Види навчальних занять	лекції	лабораторні	
Розподіл навчальних годин		32	58	2
Час проведення: за розкладом				

АНОТАЦІЯ

Метою викладання навчальної дисципліни «Практикум реклами» є набуття студентами вмінь із галузі рекламної діяльності у соціальній сфері в усіх її

сучасних формах, усвідомлення ними ключових процесів у цій комунікативній сфері, вироблення практичних навичок усебічного аналізу та створення соціальної рекламної продукції.

Програмні результати навчання.

ПР21.	Створювати рекламний, PR-продукт, медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення, психології ПР сприйняття його цільовою аудиторією
ПР22.	Використовувати сучасні рекламні, інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ

Навчальна література.

Лабораторні заняття за визначеною тематикою, навчальні тести, система завдань з дисципліни.

Технічне й програмне забезпечення /обладнання – комп'ютер, інтернет, програма Zoom.

ВИМОГИ ТА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ.

Загальна система оцінювання курсу	Участь у роботі впродовж семестру/залік – 60/40 балів. Оцінка заліку складається з балів отриманих за відповіді на тестові запитання, усні відповіді на питання згідно з переліком та виконання практичного завдання.
Лабораторні заняття	Попередня підготовка до розгляду питань, активна участь під час обговорення, обов'язкове виконання усіх завдань.
Вимоги до письмових завдань	Виконання письмових завдань, поданих до планів практичних занять, є обов'язковим складником підготовки до заняття і оцінюються додатково.
Умови допуску до підсумкового контролю	Обов'язкова присутність на лекційних заняттях. Активність упродовж семестру, відвідування або відпрацювання усіх практичних занять протягом двох тижнів з моменту пропуску заняття або отримання незадовільної оцінки на занятті.

Семестр включає в себе 16 лабораторних занять. Підготовка до лабораторних занять та опанування практичними навичками оцінюється 6 балами за одне заняття. На лабораторному занятті додатково оцінюється робота студента упродовж пари, участь у дискусії, доповнення відповідей однокурсників тощо – 1 бал. Презентація виконаних завдань самостійної роботи за семестр 20 балів. Рейтингова оцінка поточного контролю становить 20 балів. Усього за семестр студент може набрати 60 балів.

До підсумкового семестрового контролю студент допускається, якщо з можливих 60 балів за дві атестації він набрав 35 і більше балів.

Підсумковий семестровий контроль оцінюється в 40 балів. Теоретична складова: усна відповідь на питання заліку (20 балів). Практична складова: планування і реалізація соціальної рекламної кампанії/ створення макетів зовнішньої і поліграфічної соціальної реклами, зйомка відеореклами (20 балів). Студентові зараховується вивчення курсу за умови, що за результатами поточного і підсумкового семестрового контролю він отримав із 100 можливих балів 60 і більше. Якщо за результатами поточного і підсумкового семестрового контролю студент отримав менше 60 балів, то вивчення курсу йому не зараховується й розглядається як академічна заборгованість.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Порядок перерахунку рейтингових показників нормованої 100-бальної університетської шкали оцінювання у традиційну 4-бальну шкалу та європейську шкалу 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)		

РЕГУЛЯЦІЯ ТА ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика академічної доброчесності: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності (відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування тощо) в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату.

Відвідування занять. Відвідування занять є важливим складником навчання, тому пропуски без поважних причин не толеруються. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених курсом.

Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

РОЗКЛАД ДИСЦИПЛІНИ

№	Тема	Матеріали навчально-методичного комплексу
1.	Соціальна реклама як комунікативний процес: проблеми ефективності у контексті вітчизняного досвіду.	Плани лекцій і рекомендована література до них, плани практичних занять, методичні вказівки і рекомендована література, письмові завдання до планів практичних занять, мультимедійні презентації, тематика індивідуальних завдань, запитання для підсумкового контролю, тестові завдання, зокрема тренувальні, розміщені в СЕЗН Moodle за посиланням: Плани лекцій і рекомендована література до них, плани практичних занять, методичні вказівки і рекомендована література, письмові завдання до планів практичних занять, мультимедійні презентації, тематика індивідуальних завдань, запитання для підсумкового контролю, тестові завдання, зокрема тренувальні, розміщені в СЕЗН Moodle за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=9989
2.	Правове регулювання соціальної рекламної діяльності в Україні	
3.	Рекламне повідомлення соціального типу: структура, канали передачі	
4.	Соціальна рекламна кампанія: креативні складники	
5.	Практикум із соціальної реклами. Творчий проєкт	

№	Тема	Матеріали навчально-методичного комплексу
		<p style="text-align: center;">або у виданні:</p> <p style="text-align: center;">1. Санакоєва Н., Березенко В. Теорія і практика реклами. Запоріжжя: ЗНУ, 2023. 114 с.</p>

ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА та ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Основна

1. Санакоєва Н. Д. Теорія та історія реклами. Запоріжжя : Просвіта, 2014. 142 с.
2. Санакоєва Н., Березенко В. Теорія і практика реклами. Запоріжжя: ЗНУ, 2019. 114 с.
3. Санакоєва Н. Д. Психологічні основи реклами та PR. Запоріжжя: ЗНУ, 2019. 100 с.

Додаткова

1. Санакоєва Н. Д., Березенко В. В., Лаковський К. С. Реклама в умовах діджиталізації: українські реалії. Запоріжжя: ЗНУ, 2021. 176 с.
2. Санакоєва Н., Закарлюка М. Гіпнотично орієнтовані підходи у сучасному рекламному дискурсі. *Молодий вчений*. 2018. № 2. С.349–354.
3. Санакоєва Н., Куш С. Нейромаркетингові технології у сучасному рекламному дискурсі. URL : <https://goo.gl/BKZ5dW>.
4. Санакоєва Н. Д., Березенко В. В., Доценко К. О., Кудінов І. О. Соціальна реклама в Україні: формування мотиваційного дискурсу особистості засобами рекламного тексту. *Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень*: монографія / за заг.ред. Березенко В., Лепського М. Запоріжжя : Кераміст. 2017 С. 92-110.
5. Санакоєва Н. Д. Концептуальні основи нейротехнологій. В кн.: Прикладні дослідження формування сучасного соціально-комунікаційного простору України в умовах становлення інформаційного суспільства / За загальною редакцією Березенко В. В. Запоріжжя: ЗНУ. 2021 С. 120-147.
6. Санакоєва Н. Д., Куш С. Г. Нейротехнології у рекламній індустрії: історико-прикладні аспекти. *Молодий вчений*. 2018. № 3. С. 433 – 437. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/3/97.pdf>. (Index Copernicus, Google Scholar, CrossRef, National Library of Ukraine (Vernadsky)).
7. Санакоєва Н. Д., Закарлюка М. П. Гіпнотично орієнтовані підходи у сучасному рекламному дискурсі. *Молодий вчений*. 2018. № 2. С. 349-354. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/2/82.pdf>. (Index Copernicus, Google Scholar, CrossRef, National Library of Ukraine (Vernadsky)).
8. Санакоєва Н. Д., Березенко В. В. Chronology of development of social advertising in Ukraine. *Média a vzdělávání 2018 – Media & Education 2018*. 2018. № 35. С. 194-202. URL: <http://www.media4u.cz/mav/9788087570418.pdf>. (ISBN 987-966-383-996-7).
9. Санакоєва Н., Закарлюка М. Конструювання образу соціокультурної дійсності засобами політичних промов (на прикладі новорічних промов Президента України 2014–2017 РР.). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № №3 (35). С. 103-107.
10. Skriabin O., Sanakoiev D., Sanakoieva N., Berezenko V., Liubchenko Y. Neurotechnologies in the advertising industry: Legal and ethical aspects. *Innovative Marketing*. 2021. Т. 17. № 2. С. 189 -201. URL: https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/15239/IM_2021_02_Skriabin.pdf. (SCOPUS).

11. Sanakoyeva N. The role of the social advertising in the national media education system: Ukrainian experience. *Media4u Magazine (Czech Republic, Чехія)*, 2015. P. 54–60.
12. Санакоєва Н., Куц С. Медіахолдинги в інформаційному просторі України. *Держава та регіони. Соціальні комунікації*. 2015. № 4 (24). С. 100-104.
13. Санакоєва Н. Репрезентація транснаціональних рекламних холдингів в Україні *Proceedings of the II nd International Scientific and Practical Conference "Modern Scientific Achievements and Their Practical Application (October 20-21, 2015, Dubai, UAE)"*. P. 12-17.
14. Санакоєва Н.Д., Закарлюка М.П. Спонсорство як рекламно-комунікативна технологія у медіахолдингу Starlightmedia. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2016. №4. С. 124 – 128.
15. Санакоєва Н.Д., Куц С.Г. Транснаціональний медіабренд «FORBES»: позиціонування та специфіка реклами у «FORBES Україна». *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2016. № 4. С.129 – 133.
16. Санакоєва Н., Березенко В., Доценко К., Кудінов І., Іванець Т. Формування мотиваційного дискурсу особистості засобами соціальної реклами *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. №4 (32). С. 216–223. URL :http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2017_4_41
17. Sanakoyeva N. The role of the social advertising in the national media education system: Ukrainian experience *Media4u Magazine (Czech Republic, Чехія)*, 2015. P. 54-60.
18. Sanakoyeva N., Berezenko V. Chronology of development of social advertising in Ukraine. [Media4u Magazine. Media & Education 2016 \(Czech Republic, Чехія\) . Praha, 2018 P. 194 –202. URL: http://www.media4u.cz/mav/9788087570418.pdf.](http://www.media4u.cz/mav/9788087570418.pdf) /
19. Gotter A. The Beginner’s Guide to YouTube Marketing. URL: <https://adespresso.com/blog/youtube-marketing/>
20. Wells W., Moriarty S., Burnett J. Advertising: Principles & Practice. 7th ed. New Jersey : Prentice Hall, 2016. 624 p.

Інформаційні ресурси

1. Banda Agency [офіційний вебсайт]. URL : <https://banda.agency>
2. Marketing Media Review: MMR. URL : <https://mmr.ua>
3. Leo Burnett Ukraine [офіційний вебсайт]. URL : <http://www.leoburnett.ua>
4. WPP [офіційний вебсайт] URL : <http://www.wpp.com/wpp/>
5. Omnicomgroup [офіційний вебсайт] URL : <http://www.omicomgroup.com>
6. Publicis Groupe [офіційний вебсайт] URL : <http://www.publicisgroupe.com/#/en/group>
7. Interpublic Group [офіційний вебсайт] URL : <http://www.interpublic.com>
8. Dentsu [офіційний вебсайт] URL : <http://www.dentsu.com/about/summary/index.html>
9. Dentsu Aegis Network [офіційний вебсайт] URL : <http://www.dentsuaegisnetwork.com/WhoWeAre/KeyOffices>
10. Havas [офіційний вебсайт] URL : <http://www.havas.com/group>
11. Atlantic Group [офіційний вебсайт] // URL : <http://agl-media.com/en/about-atlantic-group/managment/>
12. Dentsu Aegis Network Ukraine [офіційний вебсайт] URL : <https://www.facebook.com/dentsuaegisnetworkua/>
13. WPP [офіційний вебсайт] URL : <http://www.wpp.com/wpp/companies/groupm/>
14. HAVAS Worldwide Ukraine [офіційний вебсайт] URL : <http://havaswwukraine.com.ua/agentstvo.html>
15. TWIGA Communication Group [офіційний вебсайт] URL : <http://www.twiga.ru>
16. ЗУ «Про рекламу» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
17. Директива N 79/112/ЄС Ради ЄС про зближення законів держав – членів ЄС щодо маркування, представлення і реклами харчових продуктів, призначених для продажу кінцевому споживачу від 18.12.1978. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_702.

18. Директива Ради 84/450/ЄЕС «Щодо наближення законів, постанов та адміністративних положень держав-членів стосовно реклами, яка вводить в оману» від 10.09.1984. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/994_347.
19. Міжнародний кодекс рекламної практики від 02.12.1986 р. URL : <https://docs.dftk.ua/doc/1014.2755.0>.
20. Теорія поколін: як в рекламі знайти спільну мову з будь-якою аудиторією URL : <http://slaidik.com.ua/teoriya-pokolin-yak-v-reklami-znajti-spilnu-movu-z-bud-yakoyu-auditoriyeyu/>

ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2023-2024

Місія Запорізького національного університету полягає у формуванні європейського простору освіти, здатного активно впливати на громадську думку, забезпечувати соціальне прогнозування у різних сферах наукових досліджень. Запорізький національний університет відіграє важливу роль у розвитку експертного громадянського суспільства, надаючи їм знань, компетентностей та ідей, необхідних для забезпечення економічного розвитку і зростання.

Відповідальність за добросовісність. 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/y6wzlu3>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмій (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).

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

Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то в 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/ocznu/nim>
Школа Конфуція (вивчення китайської мови): <http://sites.znu.edu.ua/confucius>