**РЕКЛАМА ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ І ПОСЛУГ**

**Викладач:** к. філол. н., доц. Тетяна Олександрівна Іванець

**Кафедра:** соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, 2й корп. ЗНУ, ауд. 219 (2й поверх)

**Email:** iwanez@meta.ua

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

**Facebook Messenger**: <https://www.facebook.com/people/100017628308654>

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Освітня програма, рівень вищої освіти** | | Інформаційно-комунікаційна справа; Бакалавр | | | | | |
| **Статус дисципліни** | | Нормативна | | | | | |
| **Кредити ECTS** | 3 | **Навч. рік** | 2023-2024 6 семестр | **Рік навчання - 3** | | **Тижні** | 14 |
| **Кількість годин** | 90 | **Кількість змістових модулів[[1]](#footnote-1)** | | **4** | **Лекційні заняття – 12 год**  **Практичні заняття – 24 год**  **Самостійна робота –** **54 год.** | | |
| **Вид контролю** | *Залік* | | | |  | | |
| **Посилання на курс в Moodle** | | | https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5901 | | | | |
| **Консультації:** | | | щопонеділка, 11.00-12.45 або за домовленістю чи ел. поштою | | | | |

**ОПИС КУРСУ**

**Метою курсу**  є засвоєння студентами знань про розвиток реклами на сучасному етапі розвитку соціальних комунікацій в Україні та за кордоном; оволодіння наукою та мистецтвом організації сучасних рекламних технологій. Також формування навичок у галузі інформаційної діяльності, журналістики, реклами, ПР і медіа комунікацій.

Дисципліна розрахована на 1 семестр. *Весняний семестр* присвячено ознайомленню з актуально-практичними основами реклами; вивчення основних новітніх технік та технологій створення реклами; розгляд маніпулятивних прийомів в сучасній рекламі; вивчення правових та етичних аспектів рекламної діяльності; ознайомлення з психологічними аспектами дії реклами; вивчення ринку рекламних комунікацій в Україні та світі.

**ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ**

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

* практично використовувати засвоєні теоретичні знання;
* вільно орієнтуватися у традиційних та нових формах і прийомах рекламної діяльності;
* планувати та здійснювати рекламну діяльність силами рекламного відділу організації;
* налагоджувати співпрацю, вести ефективну комунікацію із цільовою аудиторією;
* створювати ефективу комунікаційну інфраструктуру організації;
* планувати та проводити комунікаційні кампанії;
* диференціювати різні організаційні моделі рекламної діяльності.

**ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ**

*Теми лекційних, практичних занять, методичні рекомендації до виконання практичних, індивідуальних дослідницьких завдань та групових творчих проєктів розміщені на платформі Moodle:* https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5901

***+ до кожного заняття рекомендуються додаткові джерела (див. Moodle).***

**КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ**

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

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

* Усне опитування і обговорення наукової і професійної літератури в галузі соціальних комунікацій (статті, презентації, тези, книги з реклами).
* Короткі тести/контрольні роботи за пройденим матеріалом.

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

* Аналіз регіональних, всеукраїнських, міжнародних рекламних кампаній. Специфіка їх роботи. Жанрові, тематичні різновиди реклами.
* Реферування наукових статей з рекламної тематики.
* Презентація власних творчих проєктів.

***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).

***Підсумкове практичне завдання (фінальний проєкт)*** – підготовка і презентація творчого рекламного проєкту.

***Вимоги до фінального проєкту***: Презентація і обговорення Master Thesis Proposal відбуватиметься на двох останніх заняттях. Презентації мають бути підготовлені в Power Point або Canva форматах, до 20 слайдів.

***Критерії оцінювання фінального проєкту:***

1) презентація відповідає змісту проєкту, логічно ілюструє його – 20-15 балів;

2) презентація не відображає зміст проєкту в повному обсязі, частково ілюструє його – 14-8 балів; 3) презентація або не відповідає змісту проєкту, або взагалі відсутня – 0-7 балів.

**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 1-2 | 3% |
| *Вид практичного завдання:* групова робота | тиждень 3 -4 | 9% |
| Індивідуальне письмове завдання |  | 3% |
| *Змістовий модуль 2* | *Вид теоретичного завдання:* термінологічний диктант | тиждень 5-6 | 3% |
| *Вид практичного завдання:* групова робота. Аналіз діяльності всеукраїнських рекламних кампаній | тиждень 7-8 | 9% |
| Індивідуальне письмове завдання |  | 3% |
| *Змістовий модуль 3* | *Вид теоретичного завдання*: опитування . | тиждень 9-10 | 3% |
| *Вид практичного завдання:* групова робота. Аналіз діяльності регіональних рекламних кампаній | тиждень 11-12 | 9% |
| Індивідуальне письмове завдання |  | 3% |
| *Змістовий модуль 4* | *Вид теоретичного завдання*: опитування. | тиждень 13-14 | 3% |
| *Вид практичного завдання:* групова робота. Презентація реклами інформаційних продуктів та послуг | тиждень 13-14 | 9% |
| Індивідуальне письмове завдання |  | 3% |
| **Підсумковий контроль (max 40%)** | |  |  |
| *Підсумкове теоретичне завдання:* ***тести (на Moodle)*** | | тиждень 14 | 20 % |
| *Підсумкове практичне завдання*: *аналіз рекламних агенцій, відділів Запоріжжя/України тощо.* | | тиждень 14 | 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 | Реклама в системі інформаційних відносин. | Опитування. Групова робота: аналіз базових дефініцій курсу; укладання термінологічного словника рекламіста. | 5 |
| Тиждень 2  Семінар 1 |
| Формування добірки комерційних рекламних повідомлень (електрон.документ). Інфографіка класифікації реклами. Виконання практичного кейсу (підготовка, презентація, захист): Створити інфографіку «Технології ATL, BTL, TTL» з відповідними прикладами. | 5 |
| Тиждень 3  Лекція 2 | Обговорення-дискусія на парі ключових питань. Опитування теоретичного матеріалу. | 5 |
| Опитування. Тестування за модулем 1 на платформі Moodle | 5 |
| Змістовий модуль 2 | | | |
| Тиждень 4  Семінар 2 | Соціальна реклама, та її роль в інформаційному просторі. | Обговорення проблемних питань, винесених на розгляд і дискусія. Обговорення та самокорекція виконаної роботи студентами. Опитування. Групова робота. Створення кейсу з прикладами: «Роль і значення соціальної реклами». Розв'язування ситуаційних завдань. | 5 |
| Тиждень 5  Лекція 3 |
| Обговорення-дискусія на парі ключових питань. Опитування теоретичного матеріалу. | 5 |
| Тестування за модулем 2 на платформі Moodle | 5 |
| Змістовий модуль 3 | | | |
| Тиждень 6  Семінар 3 | Теоретичні основи виготовлення інформаційного продукту | 1. Групова робота: створення кейсу з прикладами : інформаційних матеріалів (логотипу, слоганів, фірмового стилю, робота зі шрифтами тощо.). Створення корпоративного героя. Створення інфографіки «Торгівельна марка. Бренд». | 5 |
| Тиждень 7  Семінар 4 | Опитування. Обговорення проблемних питань, винесених на розгляд і дискусія. Створення макетів друкованої реклами. Розробка телевізійного рекламного ролику різних жанрів. Написання радіо сценарію. Макети зовнішньої/внутрішньої реклами. | 5 |
| Тестування за модулем 3 на платформі Moodle | 5 |
| Змістовий модуль 4 | | | |
| Тиждень 8  Семінар 5 | Реклама інформаційних продуктів і послуг | Створення інфографіки «Рекламні графіті». Перевірка та оцінювання письмових завдань | 5 |
| Тиждень 9  Семінар 6 | Опитування. Обговорення проблемних питань, винесених на розгляд і дискусія.. Презентація сучасних креативних прикладів рекламних стратегій: раціональних, емоційних, моральних. | 5 |
| Тестування за модулем 4 на платформі Moodle | 5 |
| Тиждень 10-11 | Підсумковий контроль (теоретичний і практичний) | Тестування за змістовими модулями.  2 тести на платформі Moodle | 20 |
| Тиждень 12-14 | Фінальний рекламний (творчий) проєкт, його публічна презентація | 20 |
|  |  |  | 100 |

**ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА**

**Підручники:**

1. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. Київ: МАУП, 2005. 440 с.
2. Божкова В., Мельник Ю. Реклама та стимулювання збуту: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 200 с.
3. Ковалевська Т., Кондратенко Н. Реклама та РR в масовоінформаційному просторі. Одеса: Астропринт, 2009. 400 с.
4. Примак Т. Маркетинг. Київ:  МАУП, 2004. 228 с.
5. Мякота В. Реклама та рекламна діяльність. Харків: Фактор, 2003. 252 с.

**Інформаційні ресурси:**

1. Лук’янець Т. Маркетингова політика комунікацій. URL : http://library.if.ua/books/126.html
2. Миронов Ю. Основи рекламної діяльності: навчальний посібник. URL : <http://tourlib.net/books_others/reklama.htm>
3. Програма для рекламного агентства. URL : <http://ususoft.com.ua/uk/programma_dlya_reklamnogo_agentstva.php>
4. Фесенко В. Правове регулювання рекламної діяльності. URL : <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2828>
5. Фурманкевич Н. E-mail маркетинг та особливості розвитку бренда як фактора реклами. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tir/2010_9_1/index.html>
6. Хамініч С. Розвиток українського медійного ринку реклами у період застою. URL : <http://global-national.in.ua/archive/6-2015/189.pdf>
7. Цушко І. Специфіка розробки стратегії телевізійної рекламної кампанії. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=263>

**ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2023-2024 рр.**

**ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2023-2024 н. р.** доступний за адресою: <https://tinyurl.com/yckze4jd>.

**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/57wha734>. 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 Марті Ірини Вадимівни (061)228-15-84, (099)253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

**УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ** Запорізького національного університету: **Борисов Костянтин Борисович**

Електронна адреса: [uv@znu.edu.ua](mailto:uv@znu.edu.ua) Гаряча лінія: Тел. [(061) 228-75-50](tel:061-228-75-50)

**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 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

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

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: **moodle.znu@znu.edu.ua.**

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/ocznu/nim

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

1. **1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредита EСTS). Детальна формула розрахунку – в рекомендаціях.** [↑](#footnote-ref-1)