**РЕКЛАМА ТА ЗВ’ЯЗКИ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ**

**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** | | Журналістика; Бакалавр | | | | | |
| **Статус дисципліни** | | Нормативна | | | | | |
| **Кредити ECTS** | 3 | **Навч. рік** | 2020-2021 1 семестр | **Рік навчання - 4** | | **Тижні** | 14 |
| **Кількість годин** | 90 | **Кількість змістових модулів[[1]](#footnote-1)** | | **4** | **Лекційні заняття – 16 год**  **Лабораторні заняття – 32 год**  **Самостійна робота –** **42 год.** | | |
| **Вид контролю** | *Залік* | | | |  | | |
| **Посилання на курс в Moodle** | | | https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=2301 | | | | |
| **Консультації:** | | | щочетверга, 12.55-14.15 або за домовленістю чи ел. поштою | | | | |

**ОПИС КУРСУ**

**Мета курсу** – сформувати навички організації рекламної діяльності, зокрема створення позитивного іміджу та фірмового стилю установи, розробки результативних рекламних текстів, сценаріїв теле- радіо реклами, інтернет-реклами; усебічного аналізу та створення рекламної продукції різних типів.

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:**

* здійснювати аналітичне дослідження дотримання законодавчих вимог до реклами, чинних в Україні й у світі;
* формувати рекламний контент у відповідності із нормами чинного законодавства та сучасними критеріями ефективності;
* досліджувати рекламний контент певної ТМ щодо використання творчих рекламних стратегій;
* таргетувати цільову аудиторію;
* оперувати актуальною інформацією щодо структури та особливостей рекламної комунікації у медіапросторі України;
* вільно оперувати картами рекламного та медійного ринку України;
* організовувати і проводити рекламні кампанії соціального типу.

**ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ**

*Плани лабораторних 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=2301

**КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ**

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

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

* усне опитування і обговорення професійної літератури в галузі соціальних комунікацій (статті, презентації, тези, книги);
* 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:

* формування добірки рекламних повідомлень (комерційного і некомерційного типу) (електрон.документ);
* добір реклами, де порушуються правові та етичні норми (презентація);
* підготовка рекламних повідомлень комерційного або некомерційного типу (скетч постера, або сценарій відео/радіореклами).
* презентація дослідження рекламного контенту певної ТМ щодо визначення її ЦА і творчих рекламних стратегій (електронний та друкований документи);
* створення інфографіки для репрезентації питань плану лабораторного заняття;
* практико-орієнтоване навчання (case-study).

***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: 5-7 осіб.*

*Для запису на груповий творчий проект слід впродовж перших двох тижнів семестру подати заявку із зазначенням обраної теми проєкту, 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 з теорії реклами та опанувати сучасні методи аналізу рекламного дискурсу.*

*Тема ІДЗ обирається впродовж перших двох тижнів семестру з переліку запропонованих тем за посиланням:* https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=2301

*Результати ІДЗ можуть стати основою для доповідей на студентських науково-практичних конференціях. Методичні рекомендації до виконання ІДЗ та критерії оцінювання див. на сторінці курсу у Moodle:* https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=2301

**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 - 4 | 4% |
| *Вид практичного завдання:* групова робота |  | 6 % |
| Індивідуальне письмове завдання |  | 5 % |
| *Змістовий модуль 2* | *Вид теоретичного завдання:* термінологічний диктант | тиждень 5 -7 | 4% |
| *Вид практичного завдання:* групова робота |  | 6% |
| Індивідуальне письмове завдання |  | 5 % |
| *Змістовий модуль 3* | *Вид теоретичного завдання: термінологічний практикум* | тиждень 8-10 | 5 % |
| *Вид практичного завдання: проектна діяльність* |  | 10 % |
| *Змістовий модуль 4* | *Вид теоретичного завдання: тестування* | тиждень 11-14 | 5 % |
|  | *Вид практичного завдання: публічна презентація проектної діяльності* |  | 10 % |
| **Підсумковий контроль (max 40%)** | |  |  |
| *Підсумкове теоретичне завдання:* ***тести (на Moodle)*** | | тиждень 15 | 20 % |
| *Підсумкове практичне завдання* публічна презентація реалізованого соціального проєкту | | тиждень 15 | 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 як комунікативний процес | Групова робота: аналіз базових дефініцій курсу; укладання термінологічного словника рекламіста.  Опитування. | 1,5 |
| Практичне заняття 1 |
| Формування добірки рекламних повідомлень (комерційного і некомерційного типу) (електрон.документ).  Опитування. | 2 |
| Тиждень 2  Практичне заняття 2 | Обговорення проблемних питань, винесених на розгляд і дискусія.  Групова робота: ідентифікація комерційного і некомерційного типів реклами у сучасному рекламному просторі.  Тестування.  Групова робота: створення інфографіки. | 3,5 |
| Тиждень 3  Лекція 2 | Правове регулювання рекламної діяльності | Термінологічний диктант.  Групова робота: формування добірки матеріалів із порушеннями рекламного законодавства. | 1,5 |
| Практичне заняття 3 | Опитування.  Групова робота: створення презентації з прикладами порушень законодавства про рекламу. | 2 |
| Тиждень 4  Практичне заняття 4 | Опитування.  Групова робота: розв’язання проблемних задач.  Тестування.  Створення інфографіки за темою. | 3,5 |
| Змістовий модуль 2 | | | |
| Тиждень 5  Лекція 3 | Створення рекламної продукції: маркетинговий підхід | Опитування.  Групова робота: дослідження еволюції корпоративного стилю певної ТМ, створення презентації. | 1,5 |
| Практичне заняття 5 | Опитування.  Групова робота: дослідження реклами щодо використання творчих рекламних стратегій раціоналістичного типу, створення добірки зразків. | 2 |
| Тиждень 6  Практичне заняття 6 | Опитування.  Групова робота: дослідження реклами щодо використання творчих рекламних стратегій емоційного типу, створення добірки зразків.  Опитування.  Групова робота: розв’язання проблемних задач; створення інфографіки | 1,5  2 |
| Тиждень 7  Лекція 4 | Телевізійна реклама у провідних медіахолдингах України:специфіка, правове регулювання. | Опитування.  Групова робота: дослідити історію, структуру провідних медіахолдингів України (за попереднім розподілом об’єктів між групами), оформити як презентацію. | 1,5 |
| Практичне заняття 7 | Опитування.  Групова робота: дослідити історію, структуру провідних медіахолдингів України (за попереднім розподілом об’єктів між групами), оформити як презентацію. | 2 |
| Змістовий модуль 3 | | |  |
| Тиждень 8  Практичне заняття 8 | Радіореклама та реклама у пресі у провідних медіахолдингах України:специфіка, правове регулювання  . | Тестування. | 1,5  2 |
| Групова робота: дослідити рекламну комунікацію провідних медіахолдингів України у формально-змістовому та законодавчому вимірі (за попереднім розподілом об’єктів між групами), оформити як презентацію.  Тестування.  Групова робота: репрезентувати зібраний матеріал досліджень через інфографіку, де буде систематизовано інформацію по усім телевізійним холдингам України. |
| Тиждень 9  Лекція 5 | Опитування.  Групова робота: дослідити історію, структуру провідних медіахолдингів України з пресовими та радіоактивами (за попереднім розподілом об’єктів між групами), оформити як презентацію. | 1,5 |
| Практичне заняття 9 | Опитування.  Групова робота: дослідити історію, структуру провідних медіахолдингів України визначеного напрямку (за попереднім розподілом об’єктів між групами), оформити як презентацію. | 2 |
| Тиждень 10  Практичне заняття 10 | Тестування.  Групова робота: дослідити рекламну комунікацію провідних радіоканалів та пресових видань, що належать певному медіахолдингу України у формально-змістовому та законодавчому вимірі (за попереднім розподілом об’єктів між групами), оформити як презентацію.  Тестування.  Групова робота: репрезентувати зібраний матеріал досліджень через інфографіку. | 1,5  2 |
| Змістовий модуль 4 | | | |
| Тиждень 11  Лекція 6 | Рекламні кампанії соціального типу: проєктна діяльність | Опитування.  Групова робота: проєктна діяльність, етап ініціації рекламної кампанії соціального типу. | 2 |
| Практичне заняття 11 | Опитування.  Групова робота: проєктна діяльність, репрезентація етапу ініціації рекламної кампанії соціального типу. | 2 |
| Тиждень 12  Практичне заняття 12 | Реалізація рекламних кампаній соціального типу: проєктна діяльність | Обговорення проблемних питань, дискусія.  Групова робота: виробничий етап.  Обговорення проблемних питань, дискусія.  Групова робота: виробничий етап. | 2 |
| 2 |
| Тиждень 13  Практичне заняття 13 | Групова робота: проектна діяльність, етап імплементації соціальних рекламних проєктів. | 4 |
| Практичне заняття 14 | Групова робота: проєктна діяльність, етап імплементації соціальних рекламних проєктів. | 4 |
| Тиждень 14  Практичне заняття 15 | Оцінка ефективності проєктної діяльності | Опитування.  Групова робота: проектна діяльність, реалізація проекту, оцінка ефективності. | 4 |
| Практичне заняття 16 | Оцінка ефективності проєктної діяльності | Групова робота: публічна презентація реалізованого соціального проєкту Обговорення шляхів підвищення ефективності реалізованих проектів. Підсумкове теоретичне завдання: тести (на Moodle). | 5 |

**ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА**

**Підручники:**

Санакоєва Н.Д. Теорія та історія реклами. Запоріжжя: Просвіта, 2014. 126 с.

**Статті:**

Санакоєва Н., Кущ С. Медіахолдинги в інформаційному просторі України. *Держава та регіони. Соціальні комунікації*. 2015. № 4 (24). С. 100-104.

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)"*. – Р. 12-17.

Санакоєва Н.Д., Закарлюка М.П. Спонсорство як рекламно-комунікативна технологія у медіахолдингу Starlightmedia. *Держава та регіони. Соціальні комунікації.* 2016. №4. С. 124 – 128.

Санакоєва Н.Д., Кущ С.Г. Транснаціональний медіабренд «FORBES»: позиціонування та специфіка реклами у «FORBES Україна». *Держава та регіони. Соціальні комунікації.*. 2016. № 4. С.129 – 133.

Sanakoyeva N. THE ROLE OF THE SOCIAL ADVERTISING IN THE NATIONAL MEDIA EDUCATION SYSTEM: UKRAINIAN EXPERIENCE *Media4u Magazine (Czech Republic,Чехія)*, 2015. – Р. 54-60.

***Інформаційні ресурси:***

1. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/
2. Про рекламу: Закон України URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/

**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)