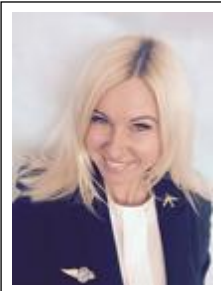




Силабус навчальної дисципліни
«СОЦІОЛОГІЯ РЕКЛАМИ»
Спеціальність: 054 «Соціологія»
Галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
Семестр	Весняний семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3 кредити/90 годин
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет навчання)	Особливості функціонування та тенденції розвитку реклами в сучасному суспільстві; теоретичні основи соціології реклами та практичні аспекти рекламної діяльності; особливості рекламної комунікації.
Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)	Курс спрямований на формування системи знань з теоретичних основ соціології реклами, формування навичок створення рекламного продукту, планування, здійснення і оцінювання ефективності рекламної кампанії.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> - Розуміння сутності і функцій реклами як соціального явища; - вміння використовувати емпіричні дослідження щодо різних аспектів функціонування реклами в умовах розвитку сучасного суспільства; - застосування у практичній діяльності особливостей впливу реклами завдяки різним каналам рекламної комунікації; - ознайомлення з основами соціології рекламної діяльності; - оволодіння навичками підготовки і створення рекламної продукції.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)	Знання, отримані в результаті вивчення дисципліни, дозволяють студенту набути таких компетентностей: здатність використовувати понятійний апарат та методологічний інструментарій соціології в дослідженнях сучасних рекламних процесів та кампаній; вміння проводити дослідження ефективності рекламної продукції; вміння відслідковувати комунікативну ефективність реклами; вміння створювати ефективне рекламне звернення; формування навичок планування і реалізації рекламних та інформаційних кампаній; уміння застосовувати на практиці певні методи рекламних досліджень.

<p>Навчальна логістика</p>	<p>Зміст дисципліни: Соціологія реклами як галузь соціологічного знання. Реклама і рекламні комунікації. Історія становлення та розвитку реклами як соціального явища. Функції реклами в сучасному суспільстві. Типологія реклами. Засоби поширення реклами. Рекламне повідомлення. Процес виробництва реклами. Основи рекламної діяльності. Діяльність рекламного агентства. Рекламна кампанія. Споживання як об'єкт соціологічного аналізу. Споживання як змістовний чинник реклами. Дослідження реклами.</p> <p>Види занять: лекції, семінарські.</p> <p>Методи навчання: навчальна дискусія, пояснювально-ілюстративний метод, метод мозкового штурму, робота в малих групах, метод конкретної ситуації, онлайн.</p> <p>Форми навчання: очна, заочна, дистанційна.</p>
<p>Пререквізити</p>	<p>Знання з філософії, загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти.</p>
<p>Пореквізити</p>	<p>Знання з навчальної дисципліни можуть бути використані під час написання магістерської роботи.</p>
<p>Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ</p>	<p>Науково-технічна бібліотека НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мякота В., Рудяк Ю. Реклама и рекламная деятельность. – 2-е изд., перераб. и доп. – Харьков: Фактор, 2004. – 251 с. 2. Сендидж Ч. Реклама: теория и практика: пер. с англ. – Москва: Сирин, 2001. – 620 с. 3. Пазуха М. Д., Ігнатович М. В. Реклама у підприємницькій діяльності: навчальний посібник / МОН. – Київ: Центр учбової літератури, 2006. – 176 с. 4. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика: навчальний посібник/ МОН. – Київ: Професіонал, 2009. – 320 с. 5. Маркетинг и реклама – Харьков: Студцентр, 2006. – 72 с. 6. Реклама. Теория и практика – Москва: Издательский дом "Гребенников", 2013. – 68 с. 7. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе: учебное пособие. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 288 с. 8. Репьев А.П. Мудрый рекламодатель. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Эксмо, 2005. – 352 с. 9. Иванова К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. – 2-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2006. – 158 с. 10. Рекламная деятельность: учебник для студентов высших учебных заведений/ Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Серегина Т. К., Шахурин В. Г. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Изд-ко-торг. корпорация " Дашков и К", 2002. – 364 с. 11. Ромат Е.В. Реклама: учебник для вузов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Киев ; Харьков: Студцентр, 2000. – 480 с. <p>Репозитарій НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/19768 2. https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/19881 3. https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/19762 4. https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/19756 5. https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/19691

Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторія теоретичного навчання, проєктор.
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Залік, тестування.
Кафедра	Соціології та політології.
Факультет	Лінгвістики та соціальних комунікацій.
Викладач(и)	 <p>ЛИТОВЧЕНКО ІРИНА ВАСИЛІВНА Посада: доцент Науковий ступінь: кандидат філософських наук Вчене звання: доцент Профайл викладача:</p> <p>http://www.lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=%20%20%20%20%2011625 Тел.: (044) 406-71-53 E-mail: iryna.lytovchenko@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 8.707</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс.
Лінк на дисципліну	Google Classroom. Код класу owjcn7