

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



СОЦІОЛОГІЯ РЕКЛАМИ

| | | | |
|------------------|------------------------|---------------------------|--|
| спеціальність | 054 «Соціологія» | обов'язковість дисципліни | вибіркова |
| освітня програма | Соціологія | факультет | Менеджменту, адміністрування та права |
| освітній рівень | перший (бакалаврський) | кафедра | ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування» та соціально-гуманітарних дисциплін |

ВИКЛАДАЧ

Агаларова Карина Адільівна



Вища освіта – спеціальність соціолог-політолог, викладач соціально-політичних дисциплін

Науковий ступень – кандидат соціологічних наук 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології

Вчене звання – доцент кафедри соціології та політології.

Досвід роботи – 20 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

Співвотрка одного навчального посібника для опанування курсу Історія соціології: Історія соціології: навчальний посібник / За заг. редакцією І.П. Руценка – Х.: НТУ «ХП» , 2017.

Авторка міжнародних та фахових публікацій:

THE INTERNET AS AN EDUCATIONAL AND COMMUNICATIVE ENVIRONMENT FOR STUDENT YOUTH // AD ALTA:

Journal of Interdisciplinary Research: [http:// www.magnanimitas.cz](http://www.magnanimitas.cz) /12-01-xxv (2022) (Article Web of Science of Core Collection);

SOCIAL ADVERTISING AS A TOOL OF SOCIAL MARKETING AND A WAY TO FORM A POSITIVE BRAND IMAGE // AD ALTA:

Journal of Interdisciplinary Research: [http:// www.magnanimitas.cz](http://www.magnanimitas.cz) /12-01-xxv (2022) (Article Web of Science of Core Collection).

Підвищення кваліфікації за програмою Парадигма вищої освіти в умовах війни та глобальних викликів XXI століття. Свідоцтво ADV-180705-OSUIA від 28.08.2022. Навчальне навантаження 180 годин / 6 кредитів.

Авторка 1 навчально-методичного та співавторка 5 навчальних та навчально-методичних посібників;

телефон

0975073388

електронна пошта

karinaagalarkova18@gmail.com

дистанційна
підтримка

Zoom

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

| | |
|-------------------------------|---|
| Мета | формування компетентностей для професійної діяльності за спеціальністю 054«Соціологія» |
| Формат | лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, позааудиторні заняття, реферативна робота |
| Обсяг і форми контролю | 3 кредити ECTS (90 годин): 12 годин лекції, 18- практичні; підсумковий контроль – залік. |
| Вимоги викладача | вчасне виконання індивідуальних завдань, виконання тестових завдань, активність, командна робота |
| Умови зарахування | згідно з навчальним планом |

ВІДПОВІДНІСТЬ СТАНДАРТУ ОСВІТИ І ОСВІТНІЙ ПРОГРАМИ

| | | | |
|--------------------|---|--------------------------------------|---|
| Компетенції | СК11. Здатність здійснювати соціологічне забезпечення управлінських рішень в організаціях, в тому числі урядових, інституційних та інших установах, які займаються питаннями соціальної політики. | Програмні результати навчання | РН14. Вміти використовувати соціологічні знання, навички проведення соціологічного дослідження тощо для забезпечення управлінських рішень в організаціях, в тому числі в тому числі урядових, інституційних та інших установах, які займаються питаннями соціальної політики. |
|--------------------|---|--------------------------------------|---|

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

| | | | | | |
|------------------|---|-------------|---|--------------------------|---|
| Лекція 1. | Соціологія реклами як галузь соціологічного знання. | СЗ 1 | Соціологія реклами як галузь соціологічного знання. | Самостійна робота | Підготовка рефератів, презентацій за темами курсу: 1. Реклама: проблеми ідентифікації та визначення. 2. Реклама у контексті основних категорій соціології 3. Соціологія реклами як галузь соціологічного знання 4. Реклама як соціальний інститут 5. Види реклами 6. Загальні положення закону про реклами 7. Алгоритмізація рекламного процесу 8. Сегментування рекламної аудиторії 9. Позиціонування рекламного об'єкту 10. Іміджіонування рекламного об'єкту 11. Брендинг 12. Учасники рекламної діяльності 13. Засоби розповсюдження реклами 14. Медіапланування та рекламна стратегія 15. Розрахунок рекламного бюджету та графік розповсюдження реклами. 16. Економічна (економетрична) ефективність 17. 2. Комунікативна ефективність 18. Комунікаційні моделі |
| Лекція 2. | Реклама як соціальна технологія. | СЗ 2 | Реклама як соціальна технологія. | | |
| Лекція 3. | Організація рекламної діяльності. | СЗ 3 | Організація рекламної діяльності. | | |
| Лекція 4. | Комунікаційна ефективність реклами. | СЗ 4 | Комунікаційна ефективність реклами. | | |
| Лекція 5. | Моделі аналізу рекламного впливу. | СЗ 5 | Моделі аналізу рекламного впливу. | | |

- | | |
|-----|--|
| 19. | Основні поняття комунікаційного аналізу |
| 20. | Ієрархічні моделі |
| 21. | Когнітивні та інтегровані моделі |
| 22. | Модель Росистера-Пресі |
| 23. | Застосування моделі для аналізу ефективності реклами |

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

| | | | |
|-------------------|--|-------------------------------|--|
| Література | <p>1. Джефкінс Ф. Реклама: Практичний посібник / Пер. англ., доп. і ред. Д. Ядіна. К.: Знання, 2001. 456 с.</p> <p>2. Лисиця Н. М. Соціологія реклами : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 208 с.</p> <p>3. Королько В.Г. Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Наукові основи, методика, практика: Підручник для студентів вищих навчальних закладів/ 3-є вид. Доп. і перероблене -К.: Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2009. 831 с.</p> <p>4. Примак Т.О. Маркетингові комунікації: навчальний посібник. К. : Ельга, Ніка-Центр, 2003. 280 с.</p> <p>5. Романовський О. Г. Основи паблік рилейшнз : навчально-методичний посібник.. Х. : НТУ «ХП», 2015. 176 с Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/24307/1/Romanovskyi_Osnovy_pablik_2015.pdf</p> | Методичне забезпечення | <p>1. Робоча програма навчальної дисципліни «Соціологія реклами» складена для здобувачів вищої освіти за спеціальністю 054«Соціологія». Укл.К. А. Агаларова. Харків, 2023. – 26 с.</p> |
|-------------------|--|-------------------------------|--|

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

| СИСТЕМА | | БАЛИ | ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ |
|----------------------|------------------------------|-------|---|
| Підсумковий контроль | 100-бальна, національна ECTS | до 50 | 50% від підсумкової оцінки за навчальний курс (екзаменаційне випробування в усній формі або тестування) |
| Поточний контроль | 100-бальна накопичувальна | до 50 | якість та активність роботи на лекційному занятті (участь у дискусії тощо) |
| | | | якість та активність роботи на практичному або семінарському занятті (виконання завдань, участь у дискусії) |
| | | | якість виконання завдань у межах самостійної роботи |
| | | | якість виконання індивідуального завдання |

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.

