**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра             соціології і публічного управління

(назва)

«**ЗАТВЕРДЖУЮ**»

Завідувач кафедри

В. М. Мороз

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ініціали та прізвище) (підпис)

«30» серпня 2021 року

**ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Соціологія реклами

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

(шифр і назва)

спеціальність **054 Соціологія**

(шифр і назва )

освітня програма Соціологія управління

(назви освітніх програм спеціальностей )

вид дисципліни професійна підготовка (обов’язкова)

(загальна підготовка (обов’язкова/вибіркова) / професійна підготовка (обов’язкова/вибіркова))

форма навчання денна

(денна/заочна)

Харків – 2021 рік

Модуль 1. Теоретичні і організаційні засади рекламної діяльності.

Тема 1. Реклама у полі соціологічного дискурсу..

План

1. Реклама у контексті основних категорій соціології.
2. Соціологія реклами як галузь соціологічного знання
3. Загальні положення закону про реклами

***Теми рефератів***

1. Реклама в сучасному бізнесі.
2. Класифікація реклами.
3. Реклама дії. Засоби рекламної дії.
4. Види реклами і маркетингові цілі збуту товару.

**Література:** 1-7, 10-18

**Тема 2.****Базові модулі реклами як соціальної технології.**

***План***

1. Сегментування рекламної аудиторії
2. Позиціонування рекламного об’єкту
3. Іміджіонування рекламного об’єкту

***Теми рефератів***

1. Реклама у античному світі.
2. Реклама середньовіччя.
3. Реклама за кордоном в XIX - XX вв.
4. Реклама в Україні до 1917 р.
5. Реклама в Україні з 1917 р. до 80-х рр. ХХ ст.

**Література:** 1-8, 14-16

**Тема 3. Організація рекламної діяльності**

***План***

1. Учасники рекламної діяльності,
2. Засоби розповсюдження реклами,
3. Медіапланування та рекламна стратегія.

***Теми рефератів***

1. Управління в рекламному бізнесі.
2. Вибір рекламного агентства.
3. Характер взаємин рекламодавця і рекламного агентства.
4. Функціональна структура рекламної комунікації

**Література:** 1-6, 10-14

**Модуль 2. Комунікативна ефективність реклами та методи її дослідження**

**Тема 4. Ефективність реклами**

***План***

1. Економічна (економетрична) ефективність
2. Комунікативна ефективність. Комунікаційні моделі
3. Основні поняття комуникаційного аналізу

***Теми рефератів***

1. Оцінка ефективності реклами.
2. Вимір комунікативної ефективності реклами.
3. Рекламна стратенгія
4. Бюджет реклами

Література: 1-8, 15-23

**Тема 5. Моделі аналізу рекламного впливу**

***План***

1. Ієрархічні моделі
2. Когнітивні та інтегровані моделі
3. Модель Росистера-Пресі
4. Застосування моделі для аналізу ефективності реклами

***Теми рефератів***

1. Зміст рекламного звернення.
2. Мова і стиль рекламного повідомлення.
3. Художнє оздоблення тексту.
4. Функції організації і координації в рекламі

**Література:** 1-8, 10-23

**Основна література:**

**Базова література**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб. / В. В. Божкова, Ю.М. Мельник. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 200 с. |
| 2 | Джефкінс Ф. Реклама: Практичний посібник / Пер. англ., доп. і ред. Д. Ядіна. – К.: Знання, 2001. – 456 с. |
| 3 | Бове К., Аренс У. Современная реклама. - Тольятти, 2005. |
| 4 | Лисиця Н. М. Соціологія реклами : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Н. М. Лисиця, Ю. В. Бєлікова. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. – 208 с. |
| 5 | 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-е вид. Доп. і перероблене -К.: Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2009.- 831 с. |
| 6 | Примак Т.О. Маркетингові комунікації: навчальний посібник / Т.О. Примак. – К. : Ельга, Ніка-Центр, 2003. – 280 с. |
| 7 | Павленко А.Ф. Маркетингові комунікації : сучасна теорія та практика : монографія / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак, Т.О. Примак. – К. : КНЕУ. – 2005. |
| 8 | Романовський О. Г. Основи паблік рилейшнз : навчально-методичний посібник/ О. Г. Романовський, Н. В. Середа, Є. В. Воробйова. – Х. : НТУ «ХПІ», 2015. – 176 с Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/24307/1/Romanovskyi\_Osnovy\_pablik\_2015.pdf |

**Допоміжна література**

|  |  |
| --- | --- |
| 9 | Огилви Д. Тайны рекламного двора: советы старого рекламиста. М., 2013. |
| 10 | Песоцкий Е. Современная реклама. Теория и практика. Ростов н/Д, 2011. Риве Р. Реальность в рекламе. М. Северо, 2012. |
| 11 | Ромат Е. Реклама. Киев-Харьков, 2010. |
| 12 | Росситер Дж. Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. СПб., 2011. |
| 13 | Рожков И.Я. Реклама: планка для "профи".М., 2013 |
| 14 | Семенов Б.Д. Рекламный менеджмент. М., 2011. |
| 15 | Сэндидж Ч., Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама: теория и практика. М., 2012. |
| 16 | Уэллс У., Бернет Д., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. СПб., 2013. |
| 17 | Феофанов О.А, Реклама: новые технологии в России - СПб.: Издательство "Питер", 2010. |
| 18 | Шарков Ф.И. Интегрированные бренд-коммуникации. М., 2014. |
| 19 | Шарков Ф.И. Интегрированные рекламные коммуникации. М.,2014. |
| 20 | Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. М., 2012. |
| 21 | Шарков Ф.И. Реклама и связи с общественностью. М., 2005. |
| 22 | Шарков Ф.И., Родионов А.А. Рекламный рынок: Методика изучения. М, 2005. |
| 23 | Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. Пер с англ. – СПб.: Питер, 2012. – 752 с. |

**ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ**

1. <http://i-soc.com.ua/institute/el_library.php> Електронна бібліотека Інституту соціології НАН України
2. <http://sau.in.ua/doslidzhennya/> Соціологічна асоціація України, дослідження
3. <https://idss.org.ua/public> Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В.Птухи Національної академії наук України, публікації
4. <http://i-soc.com.ua/ua/edition/journal/> Журнал «Соціологія: теорія, методи, маркетинг»
5. <http://www.kiis.com.ua> Київський міжнародний інститут соціології (КМІС)
6. <http://www.uisr.org.ua/monitoring> Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка
7. <http://uam.in.ua/> Українська Асоціація Маркетингу
8. <https://www.ama.org> Американська асоціація маркетингу
9. <http://www.adcoalition.org.ua/> Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції
10. <http://www.outdoor.org.ua/> Офіційний сайт Асоціації зовнішньої реклами України
11. http://www.uadm.com.ua Офіційний сайт Української асоціації директ маркетингу
12. <http://www.uapr.com.ua/> Офіційний сайт Української асоціації зі зв´язків з громадськістю