

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра \_\_\_\_\_ соціології і публічного управління  
(назва кафедри, яка забезпечує викладання дисципліни)

**ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ 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 / професійна підготовка; обов'язкова/вибіркова)

форма навчання \_\_\_\_\_ денна  
(денна / заочна/дистанційна)

Харків – 2023 рік

*Питання до самостійної роботи за курсом «Соціологія реклами»*

*Модуль №1. Теоретичні і організаційні засади рекламної діяльності*

*Тема 1. Реклама у полі соціологічного дискурсу*

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

**Література:** 1-7,

*Тема 2. Базові модулі реклами як соціальної технології*

1. Алгоритмізація рекламного процесу
2. Сегментування рекламної аудиторії
3. Позичування рекламного об'єкту
4. Імідування рекламного об'єкту
5. Брендінг

**Література:** 1-8, 12

*Тема 3. Організація рекламної діяльності*

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

**Література:** 1-6, 10-12

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

*Тема 4. Ефективність реклами*

1. Економетрична ефективність
2. Комунікативна ефективність. Комунікаційні моделі
3. Основні поняття комунікаційного аналізу

**Література:** 1-10

*Тема 5. Моделі аналізу рекламного впливу*

1. Ієрархічні моделі
2. Когнітивні та інтегровані моделі
3. Модель Росистера-Пресі

4. Застосування моделі для аналізу ефективності реклами  
**Література:**1-8, 10-12

**Теми рефератів**

1. Реклама в сучасному бізнесі.
2. Класифікація реклами.
3. Реклама дії. Засоби рекламної дії.
4. Види реклами і маркетингові цілі збуту товару.
5. Засоби поширення реклами.
6. Реклама у античному світі.
7. Реклама середньовіччя.
8. Реклама за кордоном в XIX - XX вв.
9. Реклама в Україні до 1917 р.
10. Реклама в Україні з 1917 р. до 80-х рр. XX ст.
11. Управління в рекламному бізнесі.
12. Вибір рекламного агентства.
13. Характер взаємин рекламодавця і рекламного агентства.
14. Функціональна структура рекламного менеджменту.
15. Зміст рекламного звернення.
16. Мова і стиль рекламного повідомлення.
17. Художнє оздоблення тексту.
18. Функції організації і координації в менеджменті рекламної кампанії фірми - виробника товарів.
19. Оцінка ефективності реклами.
20. Вимір комунікативної ефективності реклами.
21. Виставки і ярмарки.
22. Культурні програми і спеціальні акції як засіб PR.
23. Друкарська продукція в PR.
24. Фото-, кіно- і відеоматеріали в PR.
25. Технічні засоби PR : оргтехніка і ПК.
26. PR і соціально-культурна сфера.
27. Організація PR з населенням.
28. Усна мова і ділове спілкування в PR.
29. PR і особиста культура менеджера.
30. Організаційна культура (культура фірми) і фірмовий стиль.
31. Зовнішній вигляд персоналу фірми і PR.
32. Архітектурний і оформлювальний дизайн фірми.
33. Інформаційний дизайн фірми і фірмовий стиль.
34. Вимоги до PR -компетентності.
35. Підготовка фахівців з PR.
36. Організація показного прийому.
37. Виставки і ярмарки як форми PR.

38. PR з населенням. Розвиток комунальних стосунків : роль, значення, форми роботи.
39. Фірмовий стиль і корпоративна культура в PR: зміст і значення.
40. Поточний прийом: вимоги до організації.
41. Проблема ефективності PR : значення, підходи, моделі і критерії.
42. Вимоги до PR -професіоналізму і компетентності.

### **Індивідуальні завдання**

#### **Завдання 1.**

1. Оберіть будь-яке соціальне медіа (із переліку чи запропонуйте свій варіант): Instagram Youtube Facebook Twitter livejournal та зробіть презентацію обраного соціального медіа .

2. Підготуйте презентацію (10-15 хвилин, 15-20 слайдів) з акцентом на головне:

- 1) Коли та як виникла, яка концепція використання була на старті?
- 2) Який функціонал пропонується користувачам та для яких цілей?
- 3) Чи змінилася концепція цього соціального медіа з часом?
- 4) Наскільки впливове це соціальне медіа (якісь факти, що це ілюструють)?
- 5) Локалізація застосування соціального медіа - регіони, вікові групи, групи за інтересами чи щось з подібного;
- 6) Як його можна використовувати в цілях реклами?

#### **Завдання 2.**

Підготуйте презентацію та виступ (10-15 хвилин, 15-20 слайдів) з одної із запропонованих тем:

1. Біографія видатного рекламиста і його рекламні роботи (наприклад, Россер Рівз, Вільям Бернбах, ЛеоБернетт, Д. Огілві, Ден Уиден, Джордж Геллап, Джордж Гриббин, Клод С. Хопкінс, Раймонд Рубикам, і ін.)
2. Історія розвитку відомого рекламного агентства і приклади його реклами (наприклад, BBDO, HAVAS, Ogilvy, Deutsch, Wieden + Kennedy або ін.)
3. Історія рекламної компанії відомих брендів. (BMW, Apple, Nike, Pepsi, Tide і т.і.).

#### **Завдання 3.**

Підготувати презентацію на тему: «Приклади порушення закону України про рекламу» (5 прикладів, із зазначенням статті, яка була порушена, якщо застосовувалися санкції - коротко які).

## **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

### **Базовалітература**

1	Про рекламу. Закон України. – Режим доступу: <a href="http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80">http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80</a>
---	---

2	Джефкінс Ф. Реклама: Практичний посібник / Пер. англ., доп. і ред. Д. Ядіна. – К.: Знання, 2001. – 456 с.
3	1. Козлова О.А. Соціологія реклами //Соціологічні студії. Навчальний посібник з дисциплін вільного вибору /Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Розділ13. – Електрон. текст. дані. – Харків, 2021. С. 379-409.URL: <a href="http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54897">http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54897</a>
4	Лисиця Н. М. Соціологія реклами : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Н. М. Лисиця, Ю. В. Белікова. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. – 208 с. <a href="https://www.univer.kharkov.ua/images/redactor/news/2013-03-01/Lisicza.pdf">//https://www.univer.kharkov.ua/images/redactor/news/2013-03-01/Lisicza.pdf</a>
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	IntroductiontoAdvertising , Author(s): UniversityofMumbai // <a href="https://archive.mu.ac.in/myweb_test/sybcom-avtg-eng.pdf">https://archive.mu.ac.in/myweb_test/sybcom-avtg-eng.pdf</a>
7	McGonigalJane. ONIGAL. Reality Is Broken. THE PENGUIN PRESS, NewYork. 2011. – 388 p.
8	ZichermannGabe, JoselinLinder. Game-BasedMarketing. – JohnWiley&Sons, Inc., 2010 – 221 p.

### Допоміжна література

9	Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб. / В. В. Божкова, Ю.М. Мельник. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 200 с.
10	Примак Т.О. Маркетингові комунікації: навчальний посібник / Т.О. Примак. – К. : Ельга, Ніка-Центр, 2003. – 280 с.
11	Павленко А.Ф. Маркетингові комунікації : сучасна теорія та практика : монографія / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак, Т.О. Примак. – К. : КНЕУ. – 2005.
12	Романовський О. Г. Основи публік рилейшнз : навчально-методичний посібник/ О. Г. Романовський, Н. В. Серeda, Є. В. Воробйова. – Х. : НТУ «ХП», 2015. – 176 с Режим доступу: <a href="http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/24307/1/Romanovskyi_Osnovy_pablik_2015.pdf">http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/24307/1/Romanovskyi_Osnovy_pablik_2015.pdf</a>

### ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ

1. [http://i-soc.com.ua/institute/el\\_library.php](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