

ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ СУСПІЛЬНИХ НАУК  
Кафедра соціології та соціальної роботи

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Декан факультету суспільних наук  
Остапещук Ю.О.  
« 17 » серпня 2022 року



**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**СОЦІОЛОГІЯ РЕКЛАМИ**

Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки
Спеціальність	054 Соціологія
Освітня програма	Соціологія
Статус дисципліни	вибіркова
Мова навчання	українська

Ужгород 2022

Робоча програма навчальної дисципліни «**Соціологія реклами**» для здобувачів вищої освіти галузі знань **05 Соціальні та поведінкові науки** спеціальності **054 Соціологія** освітньої програми «**Соціологія**».

**Розробник: Новосад Крістіна Ярославівна** доцент, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології та соціальної роботи.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри **соціології та соціальної роботи**

протокол № 13 від «24» травня 2022 р.

Завідувач кафедри  Шандор Ф.Ф.

Схвалено науково-методичною комісією **факультету суспільних наук**

протокол № 8 від «07» червня 2022 р.

Голова науково-методичної комісії  Попадич О.О.

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 4	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 120	<b>1</b>	<b>1</b>
Кількість модулів – 2	Семестр:	
Тижневих годин для: денної форми навчання – 2 / 2	<b>1</b>	<b>1</b>
аудиторних – 44 / 44	Лекції:	
самостійної роботи студента – 76 / 76	<b>24</b>	<b>8</b>
	Практичні (семінарські):	
	<b>20</b>	<b>4</b>
Вид підсумкового контролю: залік	Лабораторні:	
Форма підсумкового контролю: усна	Самостійна робота:	
	<b>76</b>	<b>108</b>

## 2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета вивчення навчальної дисципліни «Соціологія реклами» є розкриття змісту предмету соціології реклами, вдосконалення розробки рекламної кампанії, стимулювання споживацької аудиторії.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

### *1) загальних компетентностей:*

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК-01)
- здатність працювати автономно (ЗК-02)
- здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗК-03)
- здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт (ЗК-05)
- здатність приймати обґрунтовані рішення (ЗК-06)
- здатність планувати і здійснювати міжособистісну взаємодію (ЗК-07)

### *2) спеціальних компетентностей:*

- здатність аналізувати соціальні явища та процеси (СК-01)
- здатність виявляти, діагностувати та інтерпретувати соціальні проблеми українського суспільства (СК-02)
- здатність проектувати і виконувати соціологічні дослідження, розробляти і обґрунтовувати їхню методологію (СК-03)
- здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога та керуватися загальнолюдськими цінностями (СК-06)
- здатність розуміти соціальні процеси, тренди, можливості у суспільстві, зокрема у її гендерних, расових, вікових аспектах (СК-08)

## 3. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми «Соціологія», вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Шифр ПРН</b>
– аналізувати соціальні явища і процеси, використовуючи емпіричні дані та сучасні концепції і теорії соціології	<b>ПРН-01</b>
– здійснювати діагностику та інтерпретацію соціальних проблем українського суспільства та світової спільноти, причини їхнього виникнення та наслідки	<b>ПРН-02</b>
– застосовувати наукові знання, соціологічні та статистичні методи, цифрові технології, спеціалізоване програмне забезпечення для розв’язування складних задач соціології та суміжних галузей знань	<b>ПРН-04</b>
– здійснювати пошук, аналізувати та оцінювати необхідну інформацію в науковій літературі, банках даних та інших джерелах	<b>ПРН-05</b>
– вирішувати етичні дилеми відповідно до норм професійної етики соціолога та загальнолюдських цінностей	<b>ПРН-07</b>
– зрозуміло і недвозначно доносити знання, власні висновки та аргументацію з питань соціології та суміжних галузей знань до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються	<b>ПРН-08</b>
– планувати та виконувати наукові дослідження у сфері соціології, аналізувати результати, обґрунтовувати висновки	<b>ПРН-09</b>
– активно слухати, перефразувати, резюмувати, ставити запитання, аналізувати невербальні прояви комунікації	<b>ПРН-13</b>

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни:

<b>Очікувані результати навчання з дисципліни</b>	<b>Шифр ПРН</b>
По завершенні вивчення дисципліни студенти повинні знати:	<b>ПРН-01</b>
– визначення та структуру рекламних комунікацій, етапи їх розвитку;	<b>ПРН-02</b>
– зміст та особливості паблікрілейшн в рекламі, функції паблік рілейшн;	<b>ПРН-04</b>
– визначення реклами, етапи розвитку реклами, структуру соціального інституту реклами;	<b>ПРН-05</b>
– функції реклами на макро- та мікрорівні;	<b>ПРН-07</b>
– різноманіття рекламних технологій, основи психології впливу на споживачів в рекламних комунікаціях;	<b>ПРН-08</b>
– діагностику процесів прийняття рішення в рекламних комунікаціях;	<b>ПРН-09</b>
– основні принципи проведення переговорів із використанням прийомів реклами;	<b>ПРН-13</b>
– соціологічні методи дослідження в процесі розробки стратегії і тактики рекламного дискурсу;	

<p>По завершенні вивчення дисципліни студенти повинні <u>вміти</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– аналізувати рекламні тексти, виявляти «шуми» та основні компоненти впливу на споживача рекламних комунікацій;</li> <li>– інтерпретувати різні види рекламних комунікацій та вибору необхідного рекламного звернення для кожного окремого продукту;</li> <li>– володіти принципами впливу на споживачів з метою просування продукту на ринок;</li> <li>– використовувати методи соціологічного опитування споживачів, вимірювання отриманої інформації та оцінки при сприйнятті продукту та інформації, що отримана про нього;</li> </ul>	
---	--

#### **4. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

##### **Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання**

Засобами оцінювання результатів навчання та методами демонстрування з навчальної дисципліни є: залік; тестування; доповіді-повідомлення; підготовка презентацій результатів виконаної індивідуальної роботи.

##### **Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання**

*Форми поточного контролю:* виступ, письмове тестування (усне індивідуальне та фронтальне опитування; контрольні роботи; самостійні письмові роботи).

*Форма модульного контролю:* письмова контрольна робота.

*Форма підсумкового семестрового контролю:* усний залік.

##### **Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 1)**

Поточне оцінювання та самостійна робота			Модульна контрольна робота	Сума
T1	T2	T3	50	100
16	17	17		

##### **Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 2)**

Поточне оцінювання та самостійна робота			Модульна контрольна робота	Сума
T4	T5	T6	50	100
17	17	16		

##### **Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни**

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні	3	50	3	50

заняття				
Модульна контрольна робота	1	50	1	50
<b>Разом</b>		100		100

### **Критерії оцінювання модульної контрольної роботи**

Модульний контроль передбачає виконання 50 стандартизованих тестів. Загальна оцінка розраховується як сума оцінок: 1 бал за кожну правильну відповідь: 50-45 – відмінно; 44-37 – добре; 36-30 – задовільно; 29-1 – незадовільно; 0 – студент не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його висвітлити. Структура кожного комплексу завдань за модулем містить завдання для перевірки рівня засвоєння граматичного і лексичного мінімуму.

### **Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю**

Відповідно до «Положення про порядок та методику проведення семестрових (курсівих) екзаменів і заліків в Ужгородському національному університеті» (затверджено Наказом Ректора ДВНЗ «УжНУ» № 698/01-17 від 08.05.2015 р.), знання студентів оцінюється як з теоретичної, так і з практичної підготовки за такими критеріями:

#### ***оцінку «відмінно» (90-100 балів, А) – заслуговує студент, який:***

- всебічно і глибоко володіє навчально-програмовим матеріалом;
- вміє самостійно виконувати завдання, передбачені програмою, використовує набуті знання і вміння у нестандартних ситуаціях;
- засвоїв основну і ознайомлений з додатковою літературою, яка рекомендована програмою;
- засвоїв взаємозв'язок основних понять дисципліни та усвідомлює їх значення для професії, яку він набуває;
- вільно висловлює власні думки, самостійно оцінює різноманітні життєві явища і факти, виявляючи особистісну позицію;
- самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності, виявив творчі здібності і використовує їх при вивченні навчально-програмового матеріалу, проявив нахил до наукової роботи.

#### ***оцінку «добре» (82-89 балів, В) – заслуговує студент, який:***

- повністю опанував і вільно (самостійно) володіє навчально-програмовим матеріалом, в тому числі застосовує його на практиці, має системні знання в достатньому обсязі відповідно до навчально-програмового матеріалу, аргументовано використовує їх у різних ситуаціях;
- має здатність до самостійного пошуку інформації, а також до аналізу, постановки і розв'язування проблем професійного спрямування;
- під час відповіді допустив деякі неточності, які самостійно виправив, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу;

#### ***оцінку «добре» (74-81 бал, С) – заслуговує студент, який:***

- в цілому навчальну програму засвоїв, але відповідає з певною кількістю помилок;

- вмiє порiвнювати, узагальнювати, систематизувати iнформацiю пiд керiвництвом викладача, в цiлому самостiйно застосовувати на практицi, контролювати власну дiяльнiсть;

- опанував навчально-програмовий матерiал, успiшно виконав завдання, передбаченi програмою, засвоїв основну лiтературу, яка рекомендована програмою;

**оцiнку «задовiльно» (64-73 бали, D) – заслуговує студент, який:**

- знає основний навчально-програмовий матерiал в обсязi, необхідному для подальшого навчання i використання його у майбутнiй професiї;

- виконує завдання непогано, але зi значною кiлькiстю помилок;

- ознайомлений з основною лiтературою, яка рекомендована програмою;

- допускає помилки при виконаннi завдань, але пiд керiвництвом викладача знаходить шляхи їх усунення.

**оцiнку «задовiльно» (60-63 бали, E) – заслуговує студент, який:**

- володiє основним навчально-програмовим матерiалом в обсязi, необхідному для подальшого навчання i використання його у майбутнiй професiї, а виконання завдань задовольняє мiнiмальнi критерiї. Знання мають репродуктивний характер.

**оцiнка «незадовiльно» (35-59 балiв, FX) – виставляється студенту, який:**

- виявив суттєвi прогалини в знаннях основного програмового матерiалу, допустив принциповi помилки у виконаннi передбачених програмою завдань.

**оцiнка «незадовiльно» (35 балiв, F) – виставляється студенту, який:**

- володiє навчальним матерiалом тiльки на рiвнi елементарного розпiзнавання i вiдтворення окремих фактiв або не володiє зовсiм;

- допускає грубi помилки при виконаннi завдань, передбачених програмою;

- не може продовжувати навчання i не готовий до професiйної дiяльностi пiсля закінчення унiверситету без повторного вивчення даної дисциплiни.

При виставленнi оцiнки враховуються результати навчальної роботи студента протягом семестру.

**Таблиця вiдповiдностi оцiнок за рiзними шкалами**

Сума балiв за вiдповiднi види навчальної дiяльностi	Оцiнка ECTS	Оцiнка за нацiональною шкалою	
		для екзамeну, курсового проекту (роботи), практики	для залiку
90 – 100	<b>A</b>	вiдмiнно	зараховано
82-89	<b>B</b>	добре	
74-81	<b>C</b>		
64-73	<b>D</b>	задовiльно	
60-63	<b>E</b>		
35-59	<b>FX</b>	незадовiльно з можливiстю повторного складання	не зараховано з можливiстю повторного складання

0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни
------	---	--	---

## 5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 5.1. Зміст навчальної дисципліни

#### Модуль 1.

1. Соціологія реклами. Вступна лекція.
2. Реклама в системі маркетингових комунікацій.
3. Соціологічні теорії в курсі «Соціологія реклами».
4. Реклама як соціальний інститут сучасного суспільства.
5. Споживацька поведінка як предмет соціологічного аналізу.
6. Соціальний вплив в рекламі.
7. Соціокомунікативістика в управлінні.
8. Паблік рілейшнз та реклама. Загальне та відмінне. Переговори як форма реклами.

#### Модуль 2.

9. Реклама як прагматична форма комунікації.
10. Психологія мас та психологія міжособистісного спілкування.
11. Поведінка споживачів як предмет соціально-економічного аналізу.
12. Формування стратегії і тактики споживання в процесі розвитку реклами в Україні.
13. Соціальний прагматизм в сучасному соціологічному дискурсі.
14. Гендер та реклама.
15. Економіка та соціологія довіри.
16. Соціологія емоцій.

### 5.2. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Форма навчання: <i>денна</i>					
	у тому числі					
	Усього	лекції	практичні (семінарські)	лабораторні	індивідуальна робота	самостійна робота
<b>Тема 1</b> Соціологія реклами. Вступна лекція.	8	2	1			5
<b>Тема 2.</b> Реклама в системі маркетингових комунікацій.	8	2	1			5
<b>Тема 3.</b> Соціологічні теорії в курсі «Соціологія реклами».	8	2	1			5

<b>Тема 4.</b> Реклама як соціальний інститут сучасного суспільства.	8	2	1			5
<b>Тема 5.</b> Споживацька поведінка як предмет соціологічного аналізу.	8	2	1			5
<b>Тема 6.</b> Соціальний вплив в рекламі	8	2	1			5
<b>Тема 7.</b> Соціокомунікативістика в управлінні.	6	2	1			5
<b>Тема 8.</b> Паблік рілейшнз та реклама. Загальне та відмінне. Переговори як форма реклами.	6	2	1			5
Модульна контрольна робота	2		1			5
<b>Тема 9.</b> Реклама як прагматична форма комунікації.	8	2	1			5
<b>Тема 10.</b> Психологія мас та психологія міжособистісного спілкування.	8	1	1			5
<b>Тема 11.</b> Поведінка споживачів як предмет соціально-економічного аналізу.	8	1	1			5
<b>Тема 12.</b> Формування стратегії і тактики споживання в процесі розвитку реклами в Україні.	8	1	1			5
<b>Тема 13.</b> Соціальний прагматизм в сучасному соціологічному дискурсі.	6	1	2			5
<b>Тема 14.</b> Гендер та реклама.	6	1	2			5
<b>Тема 15.</b> Економіка та соціологія довіри.	6	1	2			3
<b>Тема 16.</b> Соціологія емоцій.	6	1	2			3
Модульна контрольна робота	2					
Разом за модуль	<b>20</b>	<b>24</b>				
<b>Разом за семестр</b>	<b>120</b>	<b>24</b>	<b>20</b>			<b>76</b>

### 5.3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	<b>Тема 1.</b> Реклама в системі маркетингових комунікацій.	2	1
2	<b>Тема 2.</b> Соціологічні теорії в курсі «Соціологія реклами».	2	1
3	<b>Тема 3.</b> Реклама як соціальний інститут сучасного суспільства.	2	1
4	<b>Тема 4.</b> Споживацька поведінка як предмет соціологічного аналізу.	2	1
	Модульна контрольна робота	2	0
5	<b>Тема 5.</b> Соціальний вплив в рекламі.	2	0
6	<b>Тема 6.</b> Соціокомунікативістика в управлінні.	2	0
7	<b>Тема 7.</b> Паблік рілейшнз та реклама. Загальне та відмінне. Переговори як форма реклами..	2	0
8	<b>Тема 8.</b> Реклама як прагматична форма комунікації	2	0
	Модульна контрольна робота.	2	0
<b>Разом</b>		<b>20</b>	<b>4</b>

### 5.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	<b>Тема 1.</b> Реклама в системі маркетингових комунікацій.	14	14
2	<b>Тема 2.</b> Соціологічні теорії в курсі «Соціологія реклами».	14	14
3	<b>Тема 3.</b> Реклама як соціальний інститут сучасного суспільства.	14	14
4	<b>Тема 4.</b> Споживацька поведінка як предмет соціологічного аналізу.	14	14
	Модульна контрольна робота	0	14
5	<b>Тема 5.</b> Соціальний вплив в рекламі.	14	14
6	<b>Тема 6.</b> Соціокомунікативістика в управлінні.	14	14
7	<b>Тема 7.</b> Паблік рілейшнз та реклама. Загальне та відмінне. Переговори як форма реклами.	14	12
8	<b>Тема 8.</b> Реклама як прагматична форма комунікації.	12	10
	Модульна контрольна робота	2	2
<b>Разом</b>		<b>76</b>	<b>108</b>

## 6. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ, ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

В умовах використання формату онлайн-навчання (дистанційного навчання) із застосуванням мережі Google Meet названі засоби, методи та форми визначаються за домовленістю зі здобувачами і в залежності від

зручного виду взаємодії, застосовуються з допомогою існуючих функцій групових чатів та відеоконференцій.

Для ефективного засвоєння тематики є можливість демонстрації необхідних матеріалів на робочому столі комп'ютерного технічного засобу під час занять і семінарів. Зокрема, у разі потреби, під час онлайн-заняття можна надати доступ до свого екрану, щоб показати презентації або іншу тематичну інформацію на робочому столі.

Планування лекційних і практичних (семінарських) занять, модульних контрольних робіт, звітування за індивідуальну та іншу передбачену програмою роботу зі студентами, а також підсумкова перевірка знань у формі іспиту (заліку) здійснюється заздалегідь за допомогою прив'язки до Google-календаря. Синхронізація запланованих заходів виконується автоматично на всіх зручних для їх проведення пристроях.

## **7. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ**

### **Основна література**

1. Бове К., Аренс В., Велгольд М.Ф. Современная реклама. — Нью-Йорк, 2021.—900 с.
2. Лисиця Н. М. Соціологія реклами: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Х.:ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. 208 с.
3. Огівлі Д. Про рекламу. — Х.: Книжковий клуб «Клуб Сімейного дозвілля», 2019.— 288 с.
4. Щербаков С. Таргетована реклама в соціальних мережах: просто в яблучко. — Х.: Фоліо, 2018.— 256 с.
5. Frank Jefkins. Advertising. Fourth Edition. Revised and edited by Daniel Yadin. Pearson Education Limited, 2017. — 543 с.

### **Допоміжна література**

1. Брейс А. Анкетування: Розробка опитних листів, їх роль і значення при проведенні ринкових досліджень /Пер. з англ. — Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2005. — 336с.
2. Лисиця Н. М. Символічний простір в системі рекламних комунікацій. Збірник наук. праць Донецького ДУУ, том VIII, сер. "Спеціальні та галузеві соціології", вип. 3(80), Донецьк, 2007, с. 145 – 149.
3. Суименко Е. И. Номоесопомісус современной Украины: Поведенческий аспект. — К. : Институт социологии НАН Украины, 2004. — 244 с.
4. Сурмин Ю. П., Туленков Н. В. Методология и методы социологических исследований: Учебное пособие. — К.: МАУП, 2000. — 304 с.
5. Мельник Ю.М., Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту.—К. Центр навчальної літератури, 2019. — 208 с.

## Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. <https://ukr-socium.org.ua/uk/>
2. <https://sau.in.ua/magazine/ukrayinskyj-socziologichnyj-zhurnal/>
3. <http://stmm.in.ua/archive/>

**Результати перегляду  
робочої програми навчальної дисципліни**

Робоча програма перезатверджена на 20 \_\_\_ / 20 \_\_\_ н.р. без змін; зі змінами (Додаток \_\_\_).  
(потрібне підкреслити)

протокол № \_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_ р. Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
(підпис) (Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20 \_\_\_ / 20 \_\_\_ н.р. без змін; зі змінами (Додаток \_\_\_).  
(потрібне підкреслити)

протокол № \_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_ р. Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
(підпис) (Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20 \_\_\_ / 20 \_\_\_ н.р. без змін; зі змінами (Додаток \_\_\_).  
(потрібне підкреслити)

протокол № \_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_ р. Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
(підпис) (Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20 \_\_\_ / 20 \_\_\_ н.р. без змін; зі змінами (Додаток \_\_\_).  
(потрібне підкреслити)

протокол № \_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_ р. Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
(підпис) (Прізвище ініціали)