
	<p style="text-align: center;"><b>Силабус навчальної дисципліни</b>  <b>«Соціологія реклами»</b>  <b>ОПП «Соціологічна експертиза соціально-політичних процесів»</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Спеціальність: 054 «Соціологія»</b></p>
<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна є вибірковою компонентою ОП
<b>Курс</b>	4
<b>Семестр</b>	7
<b>Обсяг дисципліни, Кредити ЄКТС / год.</b>	4 кредити/120 годин
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Що буде вивчатися (предмет вивчення)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- вивчення особливостей соціологічного підходу до аналізу реклами як соціального інституту суспільства;</li> <li>- розкриття особливостей функціонування означених інституцій в трансформаційних умовах сучасного соціуму;</li> <li>- розробка методів соціологічних досліджень, найбільш адекватних досліджуваним процесам і явищам;</li> <li>- аналіз механізмів формування і трансляції системи цінностей і соціально схвалених стилів споживання шляхом рекламної комунікації.</li> </ul>
<b>Чому це цікаво/треба вивчати (мета)</b>	Метою викладання дисципліни є засвоєння студентами комплексу теоретичних та прикладних знань про природу, зміст та принципи функціонування реклами як соціального інституту та форми комунікації в сучасному суспільстві
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	<p>Знати основні підходи до розгляду місця соціології сім'ї в системі соціального знання, категоріальний апарат соціології сім'ї.</p> <p>Виділяти основні етапи розвитку сім'ї; порівнювати та давати характеристику різним формам сім'ї та шлюбу.</p> <p>Визначати теоретичні основи соціології сім'ї як галузевої соціологічної дисципліни та описувати і співставляти основні закономірності розвитку інституту сім'ї та сім'ї як малої групи.</p> <p>Аналізувати соціальні, економічні, психологічні проблеми у сімейних стосунках та означувати шляхи їх подолання</p>
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу</li> <li>– здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях</li> <li>– знання та розуміння предметної області професійної діяльності</li> <li>– уміння володіти основними термінами та поняттями соціогуманітарних наук на рівні відтворення, тлумачення й використання у професійній і повсякденній діяльності</li> <li>– уміння відтворювати ієрархію соціальних проблем і питань відповідно до їхньої суспільної значущості, соціальної затребуваності та соціальних наслідків.</li> </ul>
<b>Навчальна логістика</b>	<p><b>Зміст дисципліни:</b></p> <p>Поняття, сутність, завдання, види і засоби реклами.</p> <p>Соціальні умови появи реклами як масового явища Етапи, тенденції та</p>

	<p>закономірності розвитку реклами          Урбанізація і виникнення нових потреб          Масова свідомість як об'єкт реклами          Глобалізація рекламного простору          Особливості формування рекламного простору України          Соціальна та комерційна реклама          Реклама в політичній комунікації          Рекламний маркетинг, медіа планування.          Проблема ефективності реклами          Гендерний аспект реклами          Соціологічний супровід рекламної діяльності.</p> <p><b>Види занять:</b> лекції, практичні заняття  <b>Методи навчання:</b> пояснювально-ілюстративний метод; метод проблемного викладу навчального матеріалу; репродуктивний метод; дослідницький метод.  <b>Форми навчання:</b> очна, заочна, змішана.</p>
<b>Пререквізити</b>	Загальні та фахові знання, отримані протягом трьох років навчання на бакалаврському рівні вищої освіти із соціології
<b>Пореквізити</b>	Знання із дисципліни «Соціологія реклами» можуть бути використані під час проходження подальшого навчання, переддипломної практики та написання кваліфікаційної роботи
<b>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</b>	<p><b>Навчальна та наукова література:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мякота В., Рудяк Ю. Реклама и рекламная деятельность. – 2-е изд., перераб. и доп. – Харьков: Фактор, 2004. – 251 с.</li> <li>2. Сендидж Ч. Реклама: теория и практика: пер. с англ. – Москва: Сирин, 2001. – 620 с.</li> <li>3. Пазуха М. Д., Игнатович М. В. Реклама у підприємницькій діяльності: навчальний посібник / МОН. – Київ: Центр учбової літератури, 2006. – 176 с.</li> <li>4. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика: навчальний посібник/ МОН. – Київ: Професіонал, 2009. – 320 с.</li> <li>5. Маркетинг и реклама – Харьков: Студцентр, 2006. – 72 с.</li> <li>6. Реклама. Теория и практика – Москва: Издательский дом "Гребенников", 2013. – 68 с.</li> <li>7. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе: учебное пособие. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 288 с.</li> <li>8. Репьев А.П. Мудрый рекламодатель. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Эксмо, 2005. – 352 с.</li> <li>9. Иванова К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. – 2-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2006. – 158 с.</li> <li>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.</li> <li>11. Ромат Е.В. Реклама: учебник для вузов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Киев ; Харьков: Студцентр, 2000. – 480 с.</li> </ol>
<b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b>	Ауд. 707, корпус 8 НАУ, кафедра соціології та політології
<b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b>	Диференційований залік

<b>Кафедра</b>	Соціології та політології	
<b>Факультет</b>	Лінгвістики та соціальних комунікацій	
<b>Викладач</b>		<p><b>ПІБ: Грищенко Неля Іванівна</b>  <b>Посада: старша викладачка</b>  <b>Профайл:</b>  <a href="http://www.lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=%20%20%20%20%2010680">http://www.lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=%20%20%20%20%2010680</a>  <b>Профіль Google Scholar:</b>  <a href="https://scholar.google.com/citations?hl=ru&amp;user=46het58AAAAJ">https://scholar.google.com/citations?hl=ru&amp;user=46het58AAAAJ</a>  <b>Профіль ORCID:</b>  <a href="https://orcid.org/0000-0003-3969-4401">https://orcid.org/0000-0003-3969-4401</a>  <b>Профіль ResearchGate:</b>  <a href="https://www.researchgate.net/profile/Nelia-Hryshchenko">https://www.researchgate.net/profile/Nelia-Hryshchenko</a>  <b>Профіль на сайті НТБ НАУ:</b>  <a href="http://www.lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=%20%20%20%20%2010680">http://www.lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=%20%20%20%20%2010680</a>  <b>Тел.: 044 406 71 53</b>  <b>E-mail: <a href="mailto:nelia.hryshchenko@npp.nau.edu.ua">nelia.hryshchenko@npp.nau.edu.ua</a></b>  <b>Робоче місце: к. 707, корпус 8 НАУ</b></p>
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	Авторський курс	
<b>Лінк</b>	Код класу Classroom:	