1. **Назва модуля:** Рекламно-інформаційні технології в соціальній роботі
2. **Код модуля:** СПСР\_6\_2.06\_3
3. **Тип модуля:** вибір факультету
4. **Семестр:** 4

**Обсяг модуля**: загальна кількість годин – 90 (кредитів ЄКТС - 3); аудиторних годин - 32 (лекцій - 16, практичних занять - 16)

1. **Лектор:** Перфільєва Майя Володимирівна – викладач кафедри соціальної педагогіки та соціальної роботи
2. **Результати навчання:**

У результаті вивчення модуля студент **повинен**:

**Знати:** передумови та джерела виникнення, основні етапи розвитку рекламної діяльності як феномену масової комунікації; головні шляхи й прийоми досягнення ефективності рекламної продукції різних типів; провідні риси, етапи та різновиди рекламних кампаній як форми рекламної діяльності;    переваги та обмеження всіх ЗМІ щодо поширення рекламної інформації;прийоми створення ефективного рекламного тексту, призначеного для поширення в різних ЗМІ;  правові та етичні норми рекламної діяльності, чинні в Україні й у світі.

**Уміти:** практично використовувати теоретичні знання; застосовувати науковий підхід до аналізу і створення рекламної продукції;   протиставляти рекламні продукти, які представляють однотипні товари різних виробників, з огляду на ефективність рекламної ідеї; виявляти рівень і повноту втілення рекламної ідеї;    виробляти загальну стратегію та конкретний рекламний текст для рекламування послуги;  розробляти стратегії рекламних кампаній різних типів; створювати рекламну продукцію, що поширюється різними ЗМІ.

**Володіти навичками:** дослідницької роботи з літературою; самостійного аналізування теоретичного матеріалу.

1. **Спосіб навчання:** аудиторні заняття
2. **Необхідні обов’язкові попередні та супутні модулі**: «Людина в сучасному світі», «Соціалізація особистості», «Загальна психологія», «Вступ до спеціальності», «Етика соціально-педагогічної діяльності», «Соціально-педагогічна робота у сфері дозвілля»
3. **Зміст модуля:** Основи рекламно-інформаційних технологій; психологічний вплив рекламних технологій на особистість; особливості некомерційної та політичної реклами; етичне та правове регулювання рекламної діяльності; основи планування рекламної діяльності, а саме: розробка рекламної кампанії, вибір каналів розповсюдження реклами, правила формування ефективного рекламного продукту різних типів.
4. **Рекомендована література:**
5. Актуальні проблеми соціально-педагогічної роботи (модульний курс дистанційного навчання) / А.Й. Капська, О.В. безпалько, Р.Г. Авйнола; загальна редакція А.И. Капської. - К., 2002 / 2. Анохина Л.П. Особенности подготовки социальной реклами для уязвимьіх групп населення // Соціальна педагогіка: теорія та практика. -2006. - №2-С. 15-19.
6. Владимирська Г.О. Реклама: Навчальний посібник. Рек. МОН Україн для студентів ВНЗ / Г.О. Владимирська, П.О. Владимирський, Рец.: Песоцький В.В., Мартинова Т.С. - К.: Кондор, 2006. - 334 с.
7. Череповська Н. Психологічний захист від візуальної інформації [Текст]: методика «антиреклама»/ Н. Череповська // Соціальний педагог. – 2009. - № 10 – с.24-33.
8. Шпортько О. Інформаційно-комунікаційна складова національного медіа-простору України [Текст]: Оксана Шпортько // Політичний менеджмент. – 2008. - № Спеціальний випуск. – С. 164-171.
9. **Форми та методи навчання:** лекції, практичні заняття, дискусії на визначені теми, інтерактивні методи навчання, аналіз соціальної реклами, підготовка повідомлення та рефератів на задані теми, створення рекламного продукту, конспектування та аналіз вітчизняних та міжнародних законодавчих документів щодо регулювання ЗМІ та реклами, самостійна робота з літературними та Інтернет-джерелами.
10. **Методи і критерії оцінювання:**

* Поточний контроль (70%): усне опитування, тестування, самостійна робота, підсумкова робота, індивідуальне навчально-дослідне завдання (реферат);
* Підсумковий контроль (30 %, залік): усне опитування, розроблений соціальний рекламний продукт.

1. **Мова навчання: українська.**