

Силабус навчальної дисципліни «РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СОЦІАЛЬНІЙ РОБОТІ»	
Галузь знань: 23 Соціальна робота Спеціальність: 232 Соціальне забезпечення Освітня програма: «Соціальне забезпечення» Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський) Курс: II Семестр: III	
Факультет	Соціальної та психологічної освіти
Кафедра	Соціальної педагогіки та соціальної роботи
Викладач	ПІБ: Скочко Максим Олександрович Посада: старший викладач E-mail: m.skochko@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	4/120
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (30 год.), практичні (30 год.), самостійна робота (60 год.)
	Заочна форма: лекції (6 год.), практичні (8 год.), самостійна робота (106 год.)
Політика дисципліни	<p>Академічна доброчесність. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату.</p> <p>Відвідування занять. Здобувачі вищої освіти зобов'язані: дотримуватися вимог законодавства, Статуту Університету; відвідувати усі види навчальних занять; вчасно інформувати деканат про неможливість відвідувати навчальні заняття, складати (перескладати) екзамени, заліки тощо через поважні причини; подати підтверджувальні документи, що засвідчують поважну причину, яка унеможливила відвідування навчальних занять, складання (перескладання) екзаменів, заліків тощо; ліквідувати академічну заборгованість у встановлені терміни.</p> <p>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти: Під час виконання індивідуальних завдань творчого характеру здобувачі вищої освіти досліджують та аналізують інноваційні процеси в галузі освіти, креативно підходять до пошуку джерел та формують схеми вирішення проблем у сфері реклами.</p>
Що будемо вивчати?	Рекламна діяльність як одна зі сфер інформаційних технологій; витoki та основні етапи розвитку української та світової рекламної діяльності; потенційні можливості використання в соціальній роботі теоретичних і практичних

	<p>знати та уміти у сфері реклами; основні поняття, терміни і методики щодо створення, функціонування та оцінки рекламно-інформаційної продукції; механізми впливу реклами на свідомість і підсвідомість потенційного споживача; значення реклами як невід'ємної частини сучасної соціально-економічної діяльності; визначення рекламної ідеї та методів привертання уваги до реклами; основні правові та етичні обмеження у сфері рекламно-інформаційної діяльності.</p>
Чому це треба вивчати?	<p>Для засвоєння студентами знань з галузі рекламно-інформаційної діяльності в усіх її історичних та сучасних формах, усвідомлення ними ключових понять і процесів у цій комунікативній сфері, вироблення практичних навичок усебічного аналізу та створення рекламної продукції різних типів.</p>
Яких результатів можна досягнути?	<p>Здійснювати пошук, аналіз і синтез інформації з різних джерел для розв'язування професійних і встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між соціальними подіями та явищами.</p> <p>Використовувати спеціалізоване програмне забезпечення у ході розв'язання професійних завдань.</p> <p>Використовувати відповідні наукові дослідження та застосовувати дослідницькі професійні навички у ході надання соціальної допомоги.</p> <p>Конструювати процес та результат соціальної роботи в межах поставлених завдань, використовувати кількісні та якісні показники, коригувати план роботи відповідно до результатів оцінки.</p> <p>Розвинути базові soft skills: креативність, робота в команді, емоційний інтелект, взаємодія з людьми, тайм-менеджмент, саморозвиток, критичне мислення.</p>
Як можна використати набуті знання та уміння?	<p>Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>Здатність до співпраці у міжнародному середовищі та розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці.</p>
Зміст дисципліни	<p>Тема 1. Рекламно-інформаційні технології в сучасному світі. Суть і поняття реклами. Психологічний вплив рекламних технологій.</p> <p>Тема 2. Некомерційна реклама. Соціальна, екологічна та державна реклама. Особливості політичної реклами.</p> <p>Тема 3. Етика та правове регулювання рекламної діяльності.</p> <p>Тема 4. Розробка рекламної кампанії соціального спрямування.</p> <p>Тема 5. Вибір каналів розповсюдження реклами.</p> <p>Тема 6. Правила формування ефективного рекламного продукту різних типів.</p>
Обов'язкові завдання	<p>Здобувач повинен виконати усі завдання до практичних занять, включаючи відповідні завдання самостійної роботи, та ІНДЗ.</p>
Міждисциплінарні	<p>Міждисциплінарні зв'язки з дисциплінами: Цифровізація в</p>

зв'язки	системі соціального захисту», «Методи роботи працівника соціальної сфери», «Теорія соціального забезпечення»
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Бібліотека УДПУ ім. П. Тичини http://library.udpu.org.ua/ 2. Інституційний репозитарій УДПУ ім. П. Тичини https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/ 3. Владимирська Г.О. Реклама: Навчальний посібник. Рек. МОН України для студентів ВНЗ / Г.О. Владимирська, П.О. Владимирський, Рец.: Песоцький В.В., Мартинова Т.С. - К.: Кондор, 2006. - 334 с. 4. Ганжуров Юрій Політична реклама як засіб формування парламентської еліти [Текст] // Політичний менеджмент. – 2008. – № Спеціальний випуск. – С. 33-40. 5. Денисенко Л. Реклама в нашому житті // Науковий світ. - 2008. - №8 - С. 28-30. 6. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. Посіб.: Пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. - 2-ге укр. вид., випр. і доп. - К.: Знання, 2008. - 565 с. 7. Осаула В. О. Соціальна реклама як комунікативний феномен сучасності: до постановки питання [Текст] // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2019. – № 3. – С. 88-93. 8. Скочко М. О. Рекламно-інформаційні технології в соціальній роботі. Актуальні проблеми соціальної педагогіки та соціальної роботи: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Умань, 15 жовтня 2020 р.) / [ред. кол. : Коляда Н.М. та ін.]. Умань : ВІЗАВІ, 2020. – С. 198-199 9. Скочко Максим Рекламно-інформаційні технології в контексті соціальної роботи. Актуальні проблеми соціальної роботи: теорія і практика : колективна монографія / І. В. Албул, О. Д. Балдинюк, О. М. Бойко [та ін.] ; за ред. Н. М. Коляди ; МОН України, Уманський держ. пед. ун-т ім. Павла Тичини. – Умань : Візаві, 2020. – С. 167-177 10. Закон України «Про рекламу» від 13 серпня 2020 року. Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text
Поточний контроль	Виконання практичних робіт. Студент має можливість отримати додаткові бали за наявності результатів навчання, отриманих у неформальній освіті (стажування, тренінги, участь у конференціях, семінарах та ін.).
Підсумковий контроль	Залік

Розробник



Скочко Максим Олександрович