

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»

Факультет/інститут - педагогічний

Кафедра - соціальної педагогіки та соціальної роботи

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Рекламно-інформаційні технології

Освітня програма Соціальна педагогіка

перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 231 Соціальна робота

Галузь знань 23 Соціальна робота

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від “ 26 ” серпня 2020 р.

м. Івано-Франківськ - 2020

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Компетентності
5. Результати навчання
6. Організація навчання курсу
7. Система оцінювання курсу
8. Політика курсу
9. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Рекламно-інформаційні технології
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Викладач (-і)	Дідух Ірина Ярославівна
Контактний телефон викладача	+380673420106
Е-mail викладача	Dija30975@gmail.com
Формат дисципліни	Очна
Обсяг дисципліни	Кредити ЄКТС – 3 (90 год.)
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua/
Консультації	Консультації проводяться відповідно до узгодженого графіка протягом навчального семестру. Також консультації у день проведення лекцій чи практичних занять. Можливі консультації через Інтернет ресурси за попередньою домовленістю. Обговорення індивідуально вибраних студентом питань з тематики лекційного курсу та самостійної роботи
2. Анотація до курсу	
<p>Рекламно-інформаційні технології це фахово-орієнтована теоретично-практична дисципліна, яка вивчає особливості рекламної діяльності у роботі соціального педагога/соціального працівника та налагодження і підтримання контактів між установою чи громадською організацією та широкою громадськістю на основі правди і повної поінформованості. Курс орієнтований на те, щоб дати студентам базові теоретичні знання та практичні навички для оцінювання інформаційних властивостей під час пошуку, створення, збереження, розповсюдження інформації за допомогою реклами.</p> <p>Предметом вивчення навчальної дисципліни є ознайомлення здобувачів з теоретико-методичними основами соціальної реклами як однієї із технологій соціальної роботи в Україні.</p>	
3. Мета та цілі курсу	
<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни «Рекламно-інформаційні технології» студенти повинні засвоїти основи рекламної діяльності шляхом звернення уваги на специфіку саме соціальної реклами як засобу комунікації в сучасному суспільстві; опанувати теоретико-методичні основи соціальної реклами як однієї з технологій соціальної роботи в Україні; засвоїти уявлення про теоретичні знання та практичні уміння зі створення та реалізації різних видів соціальної реклами; розуміти сутність та особливості створення і реалізації соціальної реклами у суспільстві.</p> <p>Мета навчальної дисципліни – сформувані у майбутніх соціальних працівників уявлення про теоретичні знання та практичні уміння зі створення та реалізації різних видів соціальної реклами в майбутній професійній діяльності. Сприяти засвоєнню студентами теоретичних основ інноваційної діяльності, сутності і особливостей інноваційних моделей надання соціальних послуг, необхідних для здійснення інноваційної діяльності у соціальній сфері.</p> <p>Основними завданнями вивчення дисципліни є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сформувані у майбутніх соціальних працівників розуміння сутності та особливостей створення і реалізації соціальної реклами у суспільстві; - розкрити основні принципи та технології створення рекламної продукції у соціальній сфері; - сформувані у майбутніх соціальних працівників розуміння основних видів і типів 	

рекламної продукції;

- навчити здобувачів працювати з нормативно-правовими документами, стосовно використання соціальної реклами у майбутній професійній діяльності;
- ознайомити студентів з теоретичними основами інноваційної діяльності у соціальній сфері та особливостями роботи соціального працівника щодо розробки та впровадження інноваційних моделей соціальних послуг;
- систематизувати знання студентів про законодавче підґрунтя надання соціальних послуг та інноваційної діяльності у соціальній сфері;
- сформувати в студентів уміння й навички застосування відомих та розробки інноваційних моделей надання соціальних послуг;
- удосконалити уміння й навички оцінки ефективності наданих соціальних послуг.

4. Компетентності

Загальні

- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- здатність приймати обґрунтовані рішення;
- здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово;
- знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
- навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;

Спеціальні/ фахові

- здатність прогнозувати перебіг різних соціальних процесів;
- здатність взаємодіяти з клієнтами, представниками різних професійних груп та громад;
- здатність розробляти шляхи подолання соціальних проблем і знаходити ефективні методи їх вирішення;
- здатність ініціювати соціальні зміни, спрямовані на піднесення соціального добробуту;
- здатність дотримуватися етичних принципів та стандартів соціальної роботи;
- здатність до генерування нових ідей та креативності у професійній сфері;
- здатність до розробки та реалізації соціальних проектів і програм;
- здатність оцінювати результати та якість професійної діяльності у сфері соціальної(соціально-педагогічної) роботи

5. Результати навчання

В результаті вивчення дисципліни «Рекламно-інформаційні технології» студент повинен:

- **знати:** історичні етапи розвитку рекламно-інформаційних технологій; основні поняття напрямку «Соціальна педагогіка», в розрізі знань щодо рекламно-інформаційних технологій; провідні напрямки у розвитку рекламно-інформаційних технологій в різних країнах світу, зокрема в Україні; постатей-родоначалників галузі та їх впровадження; основну класифікацію рекламно-інформаційних технологій;

- **вміти:** використовувати в професійній діяльності основні знання, уміння, навички, отримані при вивченні дисципліни «Рекламно-інформаційні технології»; забезпечувати організацію інформацією за рахунок власних теоретичних знань предмету; приймати участь в створенні інформаційного продукту для використання в соціально-педагогічних установах. за рахунок обізнаності, щодо діяльності передових представників галузі,

сприяти просуванню соціально-педагогічного закладу в своїй подальшій професійній діяльності.

6. Організація навчання курсу

Обсяг курсу					
Вид заняття			Загальна кількість годин		
лекції			26		
семінарські заняття / практичні / лабораторні			18		
самостійна робота			46		
Ознаки курсу					
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий		
7	231 Соціальна робота Соціальна педагогіка	4			
Тематика курсу					
Тема, план	Форма заняття	Література	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
Тема1. Основні історичні етапи розвитку рекламно-інформаційних технологій в світі Тема2. Можливість використання рекламно-інформаційних технологій в соціально-педагогічній сфері Тема3. Теоретичні основи виготовлення інформаційного продукту для ефективної педагогічної діяльності Тема 4. Основи public relations, як основної технології комунікаційної діяльності	Лекція	Основна та додаткова література	Опрацювати текст лекції, визначені джерела (4год)		Протягом семестру згідно з розкладом занять
	Лекція	Основна та додаткова література	Опрацювати текст лекції, визначені джерела (4год)		Протягом семестру згідно з розкладом занять
	Лекція	Основна та додаткова література	Опрацювати текст лекції, визначені джерела (4год)		Протягом семестру згідно з розкладом занять
	Лекція	Основна та додаткова література, електронні ресурси	Опрацювати текст лекції, визначені джерела (4год)		Протягом семестру згідно з розкладом занять

<p>Тема5. Можливість використання рекламно-інформаційних технологій в соціально-педагогічній сфері</p>	Лекція	Основна та додаткова література, електронні ресурси	Опрацювати текст лекції, визначені джерела (4год)		Протягом семестру згідно з розкладом занять
<p>Тема6. Основні складові рекламного тексту. Форми інформаційної роботи: робота зі ЗМІ</p>	Лекція	Основна та додаткова література, електронні ресурси	Опрацювати текст лекції, визначені джерела (6год)		Протягом семестру згідно з розкладом занять
<p>Тема7. Становище рекламно-інформаційних технологій в Україні в добу незалежності</p>	Семінар	Основна та додаткова література, електронні ресурси	Підготувати питання семінару. ознайомитися з основними тенденціями розвитку рекламно-інформаційних технологій.	5 балів відповіді за теоретичні питання, 5 балів-творчі та самостійні завдання	Протягом семестру згідно з розкладом занять
<p>Тема8 Педагогічні заходи спрямовані на покращення взаємовідносин з перспективними аудиторіями.</p>	Семінар	Основна та додаткова література, електронні ресурси	Підготувати питання семінару, творчі та самостійні завдання	5 балів відповіді за теоретичні питання, 5 балів-творчі та самостійні завдання	Протягом семестру згідно з розкладом занять
<p>Тема9 Рекламування та просування соціальних послуг.</p>	Семінар	Основна та додаткова література, електронні ресурси	Підготувати питання семінару, творчі та самостійні завдання, завдання для роздумів.	5 балів відповіді за теоретичні питання, 5 балів-творчі та самостійні завдання	Протягом семестру згідно з розкладом занять
<p>Тема 10 Розробка та оцінювання рекламної продукції на соціальну тематику</p>	Семінар	Основна та додаткова література, електронні ресурси	Підготувати питання семінару, творчі та самостійні завдання, завдання для роздумів	5 балів відповіді за теоретичні питання, 5 балів-творчі та самостійні завдання	Протягом семестру згідно з розкладом занять

Тема 11. Форми інформаційної роботи: робота зі ЗМІ	Семинар	Основна та додаткова література, електронні ресурси	Підготувати питання семінару, творчі та самостійні завдання, завдання для роздумів	5 балів відповіді за теоретичні питання, 5 балів-творчі та самостійні завдання	Протягом семестру згідно з розкладом занять
Тема 12. Інформаційні технології в соціальній службі, використання баз даних.	Семинар	Основна та додаткова література, електронні ресурси	Підготувати питання семінару, творчі та самостійні завдання, завдання для роздумів	5 балів відповіді за теоретичні питання, 5 балів-творчі та самостійні завдання	Протягом семестру згідно з розкладом занять
Тема 13. Освітньо-роз'яснювальна робота	Семинар	Основна та додаткова література, електронні ресурси	Підготувати питання семінару, творчі та самостійні завдання	5 балів відповіді за теоретичні питання, 5 балів-творчі та самостійні завдання	Протягом семестру згідно з розкладом занять
Тема 14 Інформаційно-консультативна робота	Семинар	Основна та додаткова література, електронні ресурси	Підготувати питання семінару, творчі та самостійні завдання, завдання для роздумів	5 балів відповіді за теоретичні питання, 5 балів-творчі та самостійні завдання	Протягом семестру згідно з розкладом занять

6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	Оцінювання здійснюється за національною і ECTS шкалою оцінювання на основі 100-бальної системи (див. Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника») Загальні 100 балів включають: 50 балів за самостійну роботу, 35 балів за практичні заняття, 15 балів за контрольну роботу.
Вимоги до письмової роботи	Концептуально конкретне й емпірично верифіковане висвітлення питань
Семинарські заняття	Оцінюються по п'ятибальній системі.
Умови допуску до підсумкового контролю	Виконання усіх запланованих програмою дисципліни форм навчальної роботи, які підлягають оцінюванню. Мінімальна кількість балів для позитивного зарахування курсу - 50 балів.

7. Політика курсу

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій –

8. Рекомендована література

Основна література:

1. Тимошенко А.Л. Соціальна реклама як один із чинників розкриття соціальної політики України // Соціалізація особистості: Збірник наукових праць / За ред. проф. А.Й.Капської. Т. – XXVI. - К.: Логос, 2006.
2. Аржанов К.В., Пирогова Т.А. История отечественной рекламы: Галерея рекламной классики / К.В. Аржанов, Т.А.Пирогова. – Харьков: Студцентр, 2004. – 304 с.
3. Головлева Е.Л. Основы рекламы. Учебное пособие / Е.Л.Головлева. - М. : ЗАО «Издательский Дом «Главбух», 2003.
4. Далада Е.В. Информационные технологии в рекламе: Конспект лекций / Е.В. Далада. – М.:Издательство Московского государственного открытого университета, 2008. - 84 с.
5. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз:Учебное пособие / Ф. Джефкинс, Д. Ядин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 416 с.
6. Дюкарев Р., Фокс К., Холмз О., Вудс Эбнер К. Социальный маркетинг для некоммерческих организаций. Практическое пособие / Роман Дюкарев, Карен А. Фокс, Оливия Холмз, Кристофер Вудс Эбнер. – М.: Центр развития образования, 2000. – 540 с.
7. Любашевский Ю.Л., Щербаков А.В. Технологии современного спонсорства. Спонсоринг и фанд-рейзинг / Ю.Л. Любашевский, А.В. Щербаков. – М.: Спонсорское агентство "Материк", 1998. –68 с.
8. Мудров А.Н. Основы рекламы: учебник / А.Н.Мудров - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Магистр, 2008. – 397 с.
9. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 620 с.
10. Ромат Е.В. Реклама : Краткий курс / Е.В.Ромат. - 2-е изд. - СПб : Питер , 2009 .- 207 с.
11. Трушина Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы: Учебник / Л.Е. Трушина. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 248с.
12. Учнова В.В. История рекламы / В.В. Учнова, Н.В. Старых // 2-е изд. – СПб: Питер – 2002. – 304 с.

Додаткова література:

1. Закон України «Про рекламу» від 3 липня 1996 року // Відомості Верховної Ради України - від 11 липня 2003 р. - №8.
Про рекламу. Закон України, 1996р.
2. Астахова Т.В. Связи с общественностью для третьего сектора / Т.В. Астахова. – М.: Знак, 1996. – 114 с.
3. Багли Дж. Успешный фандрайзинг / Джон Багли. – К.: Центр филологии, 2006. – 260 с.
4. Блинкина-Мельник М.М. Рекламный текст. Задачник для копирайтеров / М.М.Блинкина-Мельник. – М: ОГИ, 2003. – 230 с.
5. Бове К., Аренс У. Современная реклама / К.Бове, У.Аренс. - Тольятти, 1995. – 86 с.
6. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и ПР. Учебное пособие / Б.Л.Борисов. - М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. - 640 с.
7. Гольман И.А. Рекламная деятельность : Планирование. Технологии. Организация / И.А.Гольман. - М. : Гелла-принт, 2002. – 280 с.
8. Катерник А. Рекламные технологи. Коммерческая реклама / А.Катерник. - Ростов н/Д : Феникс, 2001.
9. Кафтанджиев Х. Тексты печатной рекламы / Х.Кафтанджиев. - М., 1995.- 180 с.
10. Ковалинский В.В. Меценаты Киева / В.В. Ковалинский. – К.: Кий, 1998. – 528с.
11. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф.Котлер. – М : Прогресс, 1990.- 820 с.
12. Огилви Д. О рекламе / Д.Огилви. - М., 2003. – 640 с.
13. Ромат Е.В. Трансформування моделі державного управління рекламною діяльністю у перехідних умовах. : Моногр / Е.В.Ромат. - К., 2003. – 400 с.
14. Фоменко Н.В. Благотворительность и меценатство как основные формы

соціальної допомоги / Н.В. Фоменко. – К.: ТГПИ, 2009. – 192 с.

15. Шарков Ф.И. Интегриров. бренд-коммуникации / Ф.И.Шарков. - М. : РИП-холдинг, 2004. – 320 с.

16. Шейнов В. Эффективная реклама. Секреты успеха / В.Шейнов. - М. : Ось-89, 2003. – 210 с.

17. Матеріали дослідження ДІРСМ на замовлення Представництва благодійної організації «Кожній ДИТИНІ» в Україні «Рекомендації щодо впровадження інформаційної кампанії діяльності інтегрованих соціальних служб». – К.: УЦДССМ, 2005.

Електронні ресурси:

1. Сайт Всеукраїнської рекламної коаліції <http://www.adcoalition.org/>

2. Сайт «РеклаМастер» <http://reklamaster.com/>

3. Сайт <http://sostav.ua/>

4. Сайт <http://advertising.com.ua/>

5. Інструкція щодо створення та поширення соціальної реклами центрами соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді: Наказ Держсоцслужби від 30.03.2009 р. № 17 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dcssm.gov.ua/235.0.0.1.0.0.phtml>

Викладач Дідух Ірина Ярославівна