



Міністерство освіти і науки України
Український державний університет імені Михайла Драгоманова
Факультет соціології та соціальної політики

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ (СИЛАБУС)
«РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ»



Галузь знань
23 «Соціальна робота»
Спеціальність
231 «Соціальна робота»
Освітній рівень
перший (бакалавр)

Назва кафедри та викладач / викладачі	Кафедра соціальної освіти та соціальної роботи Викладач: Неїжпапа Людмила Станіславівна https://fssp.udu.edu.ua/kafedry/kafedra-sotsialnoi-osvity-ta-sotsialnoi-roboty E-mail: l.s.neyizhpapa@npu.edu.ua		
I. Основна мета/цілі навчання	Формування у здобувачів вищої освіти цілісної системи знань про теоретичні засади рекламної діяльності і соціальної реклами зокрема; оволодіння основами знань та вмінь щодо особливостей засобів передачі рекламної інформації, проектуванням соціальної рекламної інформаційної кампанії		
II. Місце навчальної дисципліни в освітній програмі	Навчальна дисципліна вибіркова Цикл вибірових дисциплін Шифр у навчальному плані: BB2.01		
III. Обсяг навчальної дисципліни		Денна форма	Заочна форма
	Кількість кредитів	3	3
	Загальна кількість годин	90	90
	Лекційні заняття	14	6
	Семінарські заняття	16	4
	Практичні заняття		
	Самостійна робота	60	80

**IV. Короткий
зміст навчальної
дисципліни**

Лекційні заняття (14/6)

Змістовний модуль 1.

Тема 1. Основні поняття, функції та види реклами (2/2)

Тема 2. Сутність рекламно-інформаційних технологій в соціальній роботі (2/2)

Тема 3. Створення та реалізація соціальної реклами (2/0)

Змістовний модуль 2.

Тема 4. Організація планування та проведення рекламної кампанії (2/2)

Тема 5. Розробка медіа-стратегії рекламної кампанії (2/0)

Тема 6. Креативні стратегії реклами (2/0)

Тема 7. Дизайн реклами: графічне та звукове оформлення реклами (2/0)

Семінарські заняття (16/4)

Змістовний модуль 1.

Тема 1. Історія розвитку рекламно-інформаційних технологій в сучасному світі та в Україні (2/0)

Тема 2. Сутність та роль сучасної реклами (2/0)

Тема 3. Рекламно-інформаційні технології в соціальній роботі (2/2)

Тема 4. Основи соціальної рекламно-інформаційної кампанії (2/0)

Змістовний модуль 2.

Тема 5. Засади та механізми рекламних досліджень (2/0)

Тема 6. Планування та медіапланування рекламної кампанії (2/2)

Тема 7. Основи розробки рекламного звернення (2/0)

Тема 8. Контроль та ефективність рекламної діяльності (2/0)

Самостійна робота здобувача вищої освіти (60/80)

СР: опрацювання лекційного матеріалу, підготовка до лекційних та семінарських занять, написання реферативних робіт

Змістовний модуль 1.

Тема 1. Основні поняття, функції та види реклами (7/10)

Тема 2. Сутність рекламно-інформаційних технологій в соціальній роботі (7/10)

Тема 3. Створення та реалізація соціальної реклами (8/10)

Змістовний модуль 2.

Тема 4. Організація планування та проведення рекламної кампанії (7/10)

Тема 5. Розробка медіа-стратегії рекламної кампанії (7/10)
 Тема 6. Креативні стратегії реклами (8/10)
 Тема 7. Дизайн реклами: графічне та звукове оформлення реклами (8/10)
 Тема 8. Ефективність соціальної реклами та рекламної кампанії (8/10)

Детальні теми лекційних, практичних/семінарських занять, питання до заліку/іспиту, теми і завдання для самостійної роботи та інше містяться на курсі у Moodle: <https://moodle.udu.edu.ua/course/view.php?id=7525>

V. Результати навчання

ПРН.13. Демонструвати ініціативу, самостійність, оригінальність, генерувати нові ідеї для розв'язання завдань професійної діяльності.

ПРН. 16. Розробляти соціальні проекти на високопрофесійному рівні.

VI. Порядок та критерії оцінювання

Форми і методи поточного контролю
Форма підсумкового контролю – Залік
Поточний контроль

Рейтинговий бал з видів навчальної діяльності										
	Сем.	Сем.	Сем.	Сем.	Сем.	Сем.	Сем.	Сем.	СР	Всього
Д.ф.	5	5	5	5	5	5	5	5	60	100
З.ф.	20	20							60	100

Позначення: Д.ф. – денна форма; З.ф. -заочна форма; Сем- семінарські заняття; СР – самостійна робота.

Поточний контроль	Присутність на лекційних заняттях, опитування (усні й письмові), доповіді, реферати, творчі роботи (презентації, командні проекти, написання, есе)
Підсумковий контроль	Залік

Важливі зауваги щодо оцінювання!

Навчальна дисципліна завершується заліком, максимальна кількість балів, яку здобувач може набрати протягом семестру, 100 балів.

До початку залікової сесії здобувач повинен набрати мінімум **35 балів**. Цей бал не означає зарахування, він просто дає здобувачеві право скласти залік. Якщо здобувач не отримав 35 балів, у наступному семестрі він проходить ці навчальні дисципліни повторно на платній основі.

Якщо здобувач отримав незадовільну оцінку, в нього виникає академічна заборгованість. Повторно скласти атестацію він повинен до початку наступного семестру в терміни, визначені деканом. Повторне складання може бути не більше двох разів: перший раз – викладачеві, другий раз – комісії. Якщо здобувач має більше 5-ти академзаборгованостей, він відраховується з університету.

Критерії оцінювання**Під час усних відповідей:**

• повнота розкриття питання; • логіка викладення, культура мовлення; • впевненість та аргументованість; • використання основної та додаткової літератури (підручників, навчальних посібників, журналів, інших періодичних видань тощо); • аналітичні міркування, вміння робити порівняння, аналіз, висновки.

Під час виконання письмових завдань:

• повнота розкриття питання; • цілісність, систематичність, логічна послідовність, вміння формулювати обґрунтовані висновки; • акуратність оформлення письмової роботи; • підготовка матеріалу за допомогою комп'ютерної техніки (комп'ютерних технологій), різних технічних засобів та програм.

Рівень відповідності критеріям

Творчий рівень (90 – 100 балів). Відповідь здобувачів містить повний, розгорнутий, правильний виклад матеріалу з поставленого питання; демонструє знання основних понять і категорій та взаємозв'язку між ними, вірне розуміння змісту основних теоретичних положень; вказує на вміння давати змістовний та логічний аналіз матеріалу з поставленого питання; демонструє знання різних наукових концепцій та підходів щодо певної науково-теоретичної чи науково-практичної проблеми, пов'язаної з поставленим питанням; здатність робити власні висновки в разі неоднозначності, спірного чи проблемного характеру поставленого питання чи проблеми.

Високий рівень (80 – 89 балів). Студент дав досить змістовну відповідь на поставлене питання, але відповідь містить наступні недоліки: - недостатня повнота, незначні неточності чи прогалини при поясненні того чи іншого аспекту питання; - недостатньо детально розкритий предмет запитання, а основні поняття носять тезисний характер; відповідь на ситуаційне завдання є недостатньо аргументованою;

Достатній рівень (70 – 79 балів). Студент дав відповідь на поставлене питання, однак допустив незначні помилки як змістовного характеру, так і при оформленні відповіді на питання, а саме: відтворює основні поняття поверхово, не виокремлює взаємозв'язки; окремі формулювання є нечіткими; міститься інформація, котра не відноситься до змісту екзаменаційного питання.

Задовільний рівень (65 – 69 балів). Студент дав відповідь на поставлене питання, однак допустив суттєві помилки як змістовного характеру, так і при оформленні відповіді на питання, а саме: зміст відповіді свідчить про прогалини у знаннях з відповідного питання або ж про невірне розуміння окремих аспектів поставленого питання; відповідь викладена недостатньо аргументовано та/або з порушенням правил логіки при поданні матеріалу.

Низький рівень (60 – 64 балів). Здобувач засвоїв теми з навчальної дисципліни, але дуже поверхово, володіє навчальним матеріалом на елементарному рівні і фрагментарно, не може самостійно викласти зміст більшості питань курсу.

Незадовільний рівень:

35 – 59 балів з можливістю повторного складання. Здобувач частково виконав програму, не засвоїв більшості тем програми курсу, володіє елементарними знаннями з навчальної дисципліни, не вміє логічно, послідовно, грамотно висловлювати думку;

0 – 34 балів з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни. Здобувач не виконав більшості завдань програми, не володіє навчальним матеріалом.

VII. Політика курсу

Ґрунтується на засадах академічної доброчесності та визначається системою вимог, які ставляться до здобувачів вищої освіти в УДУ імені Михайла Драгоманова

Дні й години для консультацій: консультації проводяться за графіком кафедри..

Обсяги, терміни і порядок відпрацювань: відпрацювати пропуски здобувач може в години консультацій; доскласти/перескласти завдання може протягом семестру; за доскладання й перескладання робіт

VIII. Основні інформаційні ресурси

Основні інформаційні джерела

1. Закон України «Про рекламу». Документ 270/96-вр, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр#Text>
2. Олтаржевський Д. О. Соціальна реклама : навчальний посібник. Київ : Центр вільної преси, 2016. 120 с.
3. Реклама і рекламна діяльність: [навч. посіб.] / Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Полтава, РВВ ПДАА, 2018. 230 с.
4. Теорія та історія реклами : навчально-методичний посібник/ Укладачі Ю. А. Грушевська, Н. Р. Барабанова, О. М. Назаренко, Л. М. Писаренко. Одеса : Фенікс, 2019. 127 с.

Обговорено та затверджено на засіданні кафедри соціальної освіти та соціальної роботи протокол №8 від 29 січня 2025 року
