



**Гальчич
Ірина Петрівна,**
Викладач кафедри
соціальної політики
iragalcic@gmail.com

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ»

I. Основна мета дисципліни	Володіння студентами базовими теоретичними знаннями в галузі соціальної реклами та застосування їх в процесі практичної діяльності, пов'язаної зі створення рекламних матеріалів соціального характеру та проектуванням соціальної рекламно-інформаційної кампанії
II. Місце навчальної дисципліни в програмі підготовки фахівців	перший (бакалаврський) освітній рівень 232 «Соціальне забезпечення», Освітня програма «Соціальне інспектування»
III. Програмні результати навчання	ПРН2. Критично оцінювати результати наукових досліджень і різні джерела знань щодо соціального забезпечення, формулювати висновки та рекомендації щодо його впровадження ПРН5. Проектувати теоретичну модель роботи з об'єктами соціального забезпечення в рамках соціальних служб, організацій, установ. ПРН10. Пояснювати та надавати обґрунтовані відповіді населенню щодо форм, методів та засобів надання соціальної допомоги, пенсійного забезпечення та страхування. ПРН14. Демонструвати ініціативу, самостійність, оригінальність, генерувати нові ідеї для розв'язання завдань професійної діяльності ПРН18. Розробляти та апробувати соціальні проекти і технології..
IV. Короткий зміст дисципліни	Модуль I. Теоретичні аспекти соціальної реклами Тема 1. Теоретичні та правові основи рекламно-інформаційної діяльності Тема 2. Історія виникнення та розвитку соціальної реклами Тема 3. Види сучасної соціальної реклами: вітчизняний та міжнародний досвід Тема 4. Когнітивні, емоційні, поведінкові та мотиваційні аспекти впливу в соціальній рекламі Тема 5. Види рекламних засобів без зворотного зв'язку та зі зворотним зв'язком.
V. Назва кафедри та викладацький склад, який буде забезпечувати викладання дисципліни	Навчально-науковий інститут молодіжної та сімейної політики і соціальної роботи Українського державного університету імені Михайла Драгоманова Гальчич Ірина Петрівна, викладач кафедри соціальної політики
VI. Обсяги навчального навантаження та терміни викладання дисципліни	На вивчення дисципліни відводиться 3 кредити ЄКТС, 90 год, з яких: лекційних – 16 год., практичних, семінарських – 18 год., самостійної роботи – 54 год. Дисципліна викладається у 3 семестрі.

VII. Основні інформаційні джерела для вивчення дисципліни	Крамар В.В. Основи рекламної діяльності. – Львів: Кафедра менеджменту ЛТЕУ, 2017. – 265 с. Докторович М. О. Соціальна реклама: структура, функції, психологічний вплив // Вісник. – №115. – С. 70 – 73. Яковенко М. Ю. Проблеми соціальної реклами в Україні [Електронний ресурс] / М. Ю. Яковенко. – Режим доступу: https://core.ac.uk/download/pdf/14060330.pdf
--	--

VIII. Система оцінювання	Поточний контроль: оцінювання на семінарських заняттях, виконання індивідуальних завдань. Підсумковий контроль: залік у 3 семестрі
---------------------------------	---
