|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Силабус дисципліни  «Основи соціальної реклами» | | |
| ***Викладач:*** *Файчук Олена Леонідівна*  к.пед.н., доцент кафедри соціальної роботи, педагогіки і логопедії  ННМІ ЧНУ імені Петра Могили. |  | Метою вивчення дисципліни **«Основи соціальної реклами»** є формування у студентів системи знань про сутність, принципи, функції та технології створення соціальної реклами, а також розвиток умінь застосовувати її як інструмент соціального впливу, профілактики, просвіти та підтримки позитивних соціальних змін у суспільстві.  **Оригінальність навчальної дисципліни:** авторський курс.  **Зміст дисципліни**   * Сутність, завдання та функції соціальної реклами. * Історія розвитку соціальної реклами в Україні та світі. * Правові та етичні засади соціальної реклами. * Механізми соціального впливу в рекламі: переконання, мотивація, емоційна подача. * Етапи створення соціальної рекламної кампанії. * Типи, жанри та засоби соціальної реклами. * Соціальна реклама в цифровому просторі: інтернет, соціальні мережі, відеоплатформи. * Оцінювання ефективності соціальної реклами. * Практичний проєкт: розробка власної соціальної рекламної кампанії. |
| **Очікувані результати навчання**  В результаті вивчення дисципліни студенти мають:  **Знати:**   * Сутність, завдання, принципи й функції соціальної реклами. * Історію становлення та розвиток соціальної реклами в Україні та світі. * Відмінності між комерційною та соціальною рекламою. * Нормативно-правові основи створення та поширення соціальної реклами. * Етапи створення соціальної рекламної кампанії. * Основні види, жанри та форми соціальної реклами (аудіо, відео, друкована, інтернет-реклама). * Методи формування соціально відповідальної поведінки через рекламні повідомлення.   **Вміти:**   * Визначати соціальні проблеми, які можуть стати темою соціальної реклами. * Розробляти концепцію та сценарій соціальної рекламної кампанії. * Створювати соціальну рекламу у різних форматах (плакат, відео, пост, ролик, соціальний флешмоб тощо). * Застосовувати методи переконання, емоційного впливу та візуальної комунікації. * Використовувати сучасні медіаінструменти для поширення соціальної реклами. * Дотримуватися етичних норм, уникати маніпуляцій та дискримінаційних меседжів. |  |
| **Пререквізити**  Базується на знаннях отриманих в результаті вивчення таких дисциплін як «Вступ до спеціальності», «Психологія», «Методи і технології соціальної роботи», «Теорія соціальної роботи». |  | **Критерії оцінювання самостійної роботи**  Для засвоєння теоретичних основ дисципліни студенти мають підготувати презентацію на задану тему. Вагому роль відіграють два аспекти: 1) усний захист презентації на семінарському занятті – виступ та відповіді на питання. (50% оцінки); 2) повнота розкриття матеріалу у презентації з дотриманням вимог до структури роботи (50% оцінки).  **Критерії оцінювання контрольної роботи**  Контрольна робота проводиться у формі тестів – 20 питань, 1 бал за кожну правильну відповідь. |
|  |  |
| **Семестровий контроль:** Залік  **Оцінювання:**  За семестр: 70 балів  За залік: 30 балів  **Види робіт:**  Самостійна робота («Соціальна реклама») – 30 балів.  Підсумкова контрольна робота (тестування) – 20 балів.  Опитування на групових заняттях – 20 балів (5х4). |  |
| **Технічне забезпечення**  Проєкційне мультимедійне обладнання (проєктор, екран, ноутбук/комп’ютер).  Доступ до мережі Internet, точка доступу Wi-Fi.  Система електронного навчання Moodle 3.9. |  |
| **Політика щодо дедлайнів**  Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. |  |
| **Політика щодо академічної доброчесності**  Передбачає самостійне виконання передбачених робіт та завдань. Списування під час заліку (в т. ч. із використанням мобільних пристроїв) заборонено. У разі виявлення плагіату або списування роботи не зараховуються. |  |