|  |
| --- |
| Силабус дисципліни«Основи соціальної реклами» |
| ***Викладач:*** *Файчук Олена Леонідівна*к.пед.н., доцент кафедри соціальної роботи, педагогіки і логопедіїННМІ 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 балівЗа 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. |  |