

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет педагогічний

Кафедра соціальної педагогіки та соціальної роботи

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

«РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ»

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Освітня програма “Соціальна педагогіка”

Спеціальність І 11- Дитячі та молодіжні служби

Галузь знань І – Охорона здоров’я та соціальне забезпечення

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від “26”серпня 2025 р.

м. Івано-Франківськ – 2025 р.

1. Загальна інформація	
Назва освітнього компонента	Рекламно-інформаційні технології
Викладач (-і)	Дідух Ірина Ярославівна, кандидат педагогічних наук, доцент
Контактний телефон викладача	0991890469
Е-mail викладача	iryna.didukh@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний/заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 годин
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.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 освітнього компонента	
Програма вивчення вибіркової дисципліни «Рекламно-інформаційні технології» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Соціальна педагогіка» підготовки бакалаврського освітнього рівня. На сучасному етапі дуже велика роль надається теоретичному обґрунтуванню поняття рекламно-інформаційні технології. Тому для нас дуже важливо дати уявлення студентам про рекламно-інформаційні технології, ознайомити з основами рекламної діяльності шляхом звернення уваги на специфіку саме соціальної реклами як засобу комунікації в сучасному суспільстві.	
3. Мета та цілі освітнього компонента	
Мета навчальної дисципліни: 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. Мета навчальної дисципліни – сформувати 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.

Завдання:

- сформувати 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;
- сформувати 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 та педагога 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. Програмні компетентності та результати навчання

Інтегральна компетентність – Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у галузі соціальної роботи в процесі професійної діяльності, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідних наук та характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК):

- 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. Організація навчання			
Обсяг освітнього компонента			
Вид заняття	Загальна кількість годин 30		
лекції	12		
семінарські заняття	18		
самостійна робота	60		
Ознаки освітнього компонента			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний/ вибірковий
7	I 11- Дитячі та молодіжні служби	4	вибіркова

Тематика освітнього компонента

Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб.
Тема 1. Основні історичні етапи розвитку рекламно-інформаційних технологій в світі	2		2
Тема 2. Можливість використання рекламно-інформаційних технологій в соціально-педагогічній сфері			4
Тема 3. Теоретичні основи виготовлення інформаційного продукту для ефективної педагогічної діяльності	2	2	2
Тема 4. Основи public relations, як основної технології комунікаційної діяльності		2	2
Тема 5. Важливість використання рекламно-інформаційних технологій в соціально-педагогічній сфері	2		4
Тема 6. Становище рекламно-інформаційних технологій в Україні в добу незалежності		2	6
Тема 7. Основні складові рекламного тексту	2		6
Тема 8. Педагогічні заходи спрямовані на покращення взаємовідносин з перспективними аудиторіями.	2		4

Тема 9. Рекламування та просування соціальних послуг.		2	6
Тема10. Розробка та оцінювання рекламної продукції на соціальну тематику		2	4
Тема 11. Форми інформаційної роботи: робота зі ЗМІ	2	2	6
Тема 12. Інформаційні технології в соціальній службі, використання баз даних.		2	4
Тема13. Освітньо-роз'яснювальна робота через призму соціальної реклами		2	4
Тема 14. Інформаційно-консультативна робота		2	6
ЗАГАЛЬНА К-ТЬ	12	18	60

6. Система оцінювання освітнього компонента

Загальна система оцінювання освітнього компонента	Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
	Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
	Індивідуальне завдання	5
	Семінарське/практичне заняття	25
	Самостійна робота	10
	Контрольна робота	10
	Залік	50
	Максимальна кількість балів	100
Вимоги до письмових робіт	Підсумкова контрольна робота з дисципліни відображає рівень розвитку у студентів вмінь та навичок аналізувати, диференціювати, систематизувати та узагальнювати прослуханий та вивчений матеріал; орієнтуватися в сучасній науковій літературі та здійснювати самостійні пошуково-методичні розвідки з дисципліни. Виконання контрольної роботи передбачає письмове розв'язання завдань за відповідним варіантом або виконання тестових завдань. Кожен варіант включає завдання з тематики, визначеної навчальною програмою з дисципліни, за якою пишеться контрольна робота. За умови виконання контрольної роботи у письмовому вигляді, її зміст та оформлення повинні задовольняти наступним вимогам: - формалізовані завдання мають бути рівнозначної складності, розв'язання яких потребує уміння застосовувати інтегровані знання програмного матеріалу дисципліни, на виконання яких необхідно до двох академічних годин (одна пара); - усі завдання контрольної роботи повинні мати професійне спрямування, а їх вирішення – вимагати від студентів не розрізнених знань окремих тем і розділів, а їх інтегрованого застосування. При їх вирішенні студент повинен продемонструвати не лише репродуктивну, а творчу, розумову діяльність. Критерії оцінки підсумкової контрольної роботи: 5	

	балів «відмінно» - студент в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно та аргументовано його викладає під час відповідей на контрольні запитання, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань. 4 бали «добре» - студент достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час письмових відповідей на контрольні запитання, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. 3 бали «задовільно» - студент загалом володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час письмових відповідей на контрольні запитання, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. 1-2 бали «незадовільно» - частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час письмових відповідей на контрольні запитання, допускаючи при цьому суттєві помилки. 0 балів - завдання відсутнє. Критерії оцінки тестового завдання : 5 балів «відмінно» - студент дав не менше 90% правильних відповідей; 4 балів «добре» - студент дав не менше 70% правильних відповідей; 3 балів «задовільно» - студент дав не менше 50% правильних відповідей; 2 бали «незадовільно» - студент дав менше 50% правильних відповідей; 0 балів - завдання відсутнє За умови проведення екзамену у вигляді тесту, його зміст та оформлення повинні задовольняти вимоги: - пакет тестових завдань повинен мати не менше двох варіантів. Кожен варіант повинен містити 40 завдань тестової форми, відповіді на які вимагають знань з усього курсу, термін виконання яких знаходиться в межах однієї академічної години. Неприпустимі плагіат та списування. Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення.
Семінарські заняття	На кожен семінар студенти повинні прочитати необхідну навчальну та наукову літературу, законспектувати необхідні цитати, які дають відповіді до семінарських питань, вивчити відповідний матеріал із підручників, виконати практичні завдання

	(зазначено біля кожного семінарського заняття). В оцінюванні усних чи письмових відповідей та тестових завдань враховується: повнота знань (чи знає студент матеріал з даної теми в загальному аспекті); якість знань (як глибоко розуміє студент теоретичний і практичний зміст усіх понять; наскільки свідомо було засвоєно основні поняття й правила); вміння застосовувати набуті знання до розв'язання практичних завдань; знання основних положень стандартів, правильність використання термінології; вміння викласти засвоєний матеріал правильною літературною мовою. Максимальна оцінка за відповідь на занятті – 5 балів, загальна сума балів за всі заняття – 25 балів.
Умови допуску до підсумкового контролю	Виконання 50 % завдань. Вчасно виконано самостійну роботу та написана контрольна робота. Зарахування пропущених занять без поважних причин відбувається впродовж наступних двох тижнів після пропущеного заняття за допомогою методів усного опитування чи тестування).
Підсумковий контроль	Залік у формі тестів на дистанційній платформі.

7. Політика освітнього компонента

При організації освітнього процесу в Карпатському національному університеті імені Василя Стефаника студенти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: [Положення про самостійну роботу студентів](#); [Положення про організацію освітнього процесу](#); [Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів](#); [Положення про практику студентів](#); [Положення про рейтингову систему оцінювання знань](#); [Положення про академічну доброчесність](#); [Положення про екзамени та заліки](#); [Положення про укладання та контроль за виконанням договору про надання освітніх послуг](#); [Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти](#).

Також неприпустимі плагіат та списування.

Лекційні заняття не відпрацьовуються, але знання лекційного матеріалу обов'язкове.

Пропуски практичних занять відпрацьовуються наступним чином: опрацювання теми, а також виконання вправ із теми.

Якщо студент пропустив (не відпрацював) більше 50% занять, він повинен скласти тести (Тести) і тільки за цієї умови буде допущений до складання заліку.

Обов'язковим є для отримання допуску до екзамену відвідування більш 50% занять, написання контрольної роботи та виконання самостійної роботи, кср.

На заняттях потрібно бути активними, творчими, не боятися запитувати та відстоювати свою думку.

Неформальна освіта: студент може отримати додаткові 5 балів за сертифікати відповідні освітньому компоненту – включають до балів самостійної роботи.

8. Рекомендована література

Базова література:

1. Джефкінс Ф. Реклама. Практичний посібник: Вид.4 анг., Вид.2 укр. - К. : Знання, 2008.
2. Закон України «Про рекламу» від 3 липня 1996 року // Відомості Верховної Ради України - від 11 липня 2003 р. - №8.
3. 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>
4. Обритько Б. А. Реклама і рекламна діяльність: Курс лекцій. - К. : МАУП, 2002. - 240 с.
5. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. - К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. - 431 с.
6. Тимошенко А.Л. Соціальна реклама як один із чинників розкриття соціальної політики України // Соціалізація особистості: Збірник наукових праць / За заг. ред. проф. А.Й. Капської. Т. – XXVI. - К.: Логос, 2006.
7. Реклама і зв'язки з громадськістю: конспект лекцій і методичні вказівки. Навчальний посібник. Електронне видання. / Укладач М.Г.Житарюк. – Вінниця, 2015. – 165 с.
Режим доступу: <http://przhyt.ucoz.ua/>
9. Міжнародна Асоціація по зв'язках із громадськістю (IPRA): <https://www.ipra.org>
10. Міжнародний Комітет Асоціацій компаній-консультантів у галузі зв'язків із громадськістю (ICCO): www.marrtex.co.uk/prca
11. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. — К. : МАУП, 2001. — 104 с.

Адреси бібліотек:

1. Наукова бібліотека Карпатського національного університету ім. Василя Стефаника – Шевченка 57, 1 поверх Гуманітарного корпусу.
2. Бібліотека педагогічного факультету. С. Бандери, 1. 8 поверх.

Викладач - Дідух Ірина Ярославівна,
кандидат педагогічних наук, доцент, доцент
кафедри соціальної педагогіки та соціальної
роботи