

Міністерство освіти і науки України
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»
Інститут історії, міжнародних відносин і соціально-політичних наук
Кафедра соціальної роботи
Силабус освітнього компоненту

«Рекламно-інформаційні технології в соціальній роботі»

Назва курсу	Рекламно-інформаційні технології в соціальній роботі
Веб-сайт для курсу	http://do1.luguniv.edu.ua/
Мета й завдання курсу	<p>Метою є розвиток професійної компетентності студентів, сприяння у засвоєнні теоретичних знань, практичних навичок, формування високого рівня готовності до створення інформаційного продукту для соціальних закладів, можливість вдосконалювати свої набутки в галузі соціальної роботи.</p> <p>Основними завданнями є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - розкрити сутність та особливості соціальної реклами та інформаційного середовища; - визначити психологічні механізми впливу соціальної реклами; - обґрунтувати дієвість рекламно-інформаційних технологій як фактора впливу на формування позитивно спрямованої поведінки особистості в умовах соціальної діяльності спеціаліста соціальної сфери.
Тривалість курсу	<p>Кількість кредитів – 3</p> <p>Кількість тижнів – 15 (2 години на тиждень)</p> <p>Кількість годин – 36 (18 лекцій, 18 практичних занять)</p>
Результати навчання	<p>В результаті вивчення здобувач повинен:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналізувати запити та інтереси різних соціальнодемографічних груп населення у сфері рекламно-інформаційних технологій; - планувати і реалізовувати заходи з соціальної реклами; - використовувати різні технології організації рекламної діяльності у соціальній сфері.
Тижневий розклад	<p>1-й тиждень: лекція – 2 години «PR та соціальна реклама як соціальний інститут та діяльність»</p> <p>2-й тиждень: лекція – 2 години «Зв'язки з громадськістю: зміст і необхідність. Провідні цілі служб зв'язку з громадськістю відносно соціальних організацій»</p> <p>4-й тиждень: лекція – 2 години «Соціальна реклама на службі третього сектору: вітчизняний та зарубіжний досвід»</p>

	<p>3-й тиждень: лекція – 2 години «Інформаційно-комунікативна модель зв'язків з громадськістю»</p> <p>5-й тиждень: семінарське заняття – 2 години «Роль ЗМІ у зв'язках з громадськістю»</p> <p>3-й тиждень: семінарське заняття – 2 години «Психологія споживацьких мотивів у соціальній рекламі»</p> <p>6-й тиждень: семінарське заняття – 2 години «Роль державного управління в формуванні громадської думки та в роботі PR»</p> <p>7-й тиждень: семінарське заняття – 2 години «Технології оздоровлення національної самосвідомості»</p> <p>8-й тиждень: семінарське заняття – 2 години «Засоби та методи PR у системі державної служби»</p> <p>9-й тиждень: семінарське заняття – 2 години «Роль державного управління в формуванні громадської думки та в роботі PR»</p> <p>10-й тиждень: семінарське заняття – 2 години «Роль державного управління в формуванні громадської думки та в роботі PR»</p> <p>11-й тиждень: семінарське заняття – 2 години «Технології оздоровлення національної самосвідомості»</p> <p>12-й тиждень: семінарське заняття – 2 години «Ефективність соціальної та політичної реклами»</p>
Теми	<p style="text-align: center;">Змістовий модуль 1.</p> <p>Тема 1. PR та соціальна реклама як соціальний інститут та діяльність</p> <p>Тема 2. Зв'язки з громадськістю: зміст і необхідність. Провідні цілі служб зв'язку з громадськістю відносно соціальних організацій</p> <p>Тема 3. Інформаційно-комунікативна модель зв'язків з громадськістю</p> <p>Тема 4. Соціальна реклама на службі третього сектору: вітчизняний та зарубіжний досвід</p> <p>Тема 5. Роль ЗМІ у зв'язках з громадськістю</p> <p style="text-align: center;">Змістовий модуль 2.</p> <p>Тема 6. Психологія споживацьких мотивів у соціальній рекламі</p> <p>Тема 7. Роль державного управління в формуванні громадської думки та в роботі PR</p> <p>Тема 8. Технології оздоровлення національної самосвідомості</p> <p>Тема 9. Засоби та методи PR у системі державної служби</p> <p>Тема 10. Ефективність соціальної та політичної реклами</p>
Орієнтація (на кого розрахований курс)	Соціальна робота
Резюме викладача	Николаєва Валентина Іванівна, доктор наук з державного управління, професор
Інформація для підтримання зв'язку з викладачем	e-mail: valennik6@gmail.com
Попередня підготовка	Теорія соціальної роботи

Як навчатися?	Студенти опрацюють теоретичний матеріал лекцій; готуються до практичних занять, виконують завдання для самостійного опрацювання. Наприкінці курсу складають залік
Навчальні матеріали	<p style="text-align: center;">Базові</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Астахова Т.В. Связи с общественностью для третьего сектора. – М., 1996. – 30с. 2. Безпалько О.В. Соціальна педагогіка: схеми, таблиці, коментарі. – К., 2008. 3. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио, телевидения. – М.: Изд – во МГУ., 1991. – 127 с. 4. Бондарчук О. Дитина та ЗМІ: ефекти і впливи // Шкільний світ. – 2003. – № 21. – С. 1 – 3. 5. Бутковский В. Эффективность СМИ в системе образования взрослых // Школа. – 2004. – № 1. – С. 2 – 6. 6. Гавра Д.П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт. – СПб., 1995. – 420с. 7. Гумбатов Ф.Д. Роль СМИ в реализации государственной и социальной политике /автореферат/ – М., 1998. – 22с. 8. Дмитриев А.В. Неформальная политическая коммуникация. – М., 1997. – 340с. 9. Жуков В.И. Социальная политика и социальное образование в России. – М., 1998. – 293с. 10. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про рекламу» // Урядовий кур'єр. – 2003. – 24 вересня. – С. 25 – 27. 11. Здіорук С. І. Психологічне обґрунтування використання ЗМІ та різних видів рекламної продукції з метою профілактики нарко-, токсикоманії та алкоголізму // Практична психологія та соціальна робота. – 2004. – № 10. – С. 6 – 9. 12. Иванов В.Н. Социальные технологии в современном мире. – М., 1997. – 413с. 13. Как защитить Вашего ребенка? / Под ред. А.С. Осипова. – М.: Даниловский благовестник, 2002. – 352 с. 14. Капитонов Э.А. Организация службы связей с общественностью. – Ростов н/Д., 1997. – 68с. 15. Коваль Л.Г., Зверева І.Д., Хлебнік С.Р. Соціальна педагогіка / Соціальна робота: Навч. посібник. – К.: ІЗМН, 1997. – 392 с. 16. Ковчина І.М. Сучасні технології соціальної роботи за рубежом. Навч.-метод. посіб. / За заг. ред. А.Й.Капської. – К.: Логос, 2001. – 96 с. 17. Колин К.К. Информатизация общества и проблемы образования // Библиотекосведение. – 2003. – № 2. – С. 32 – 41. 18. Конечкая В.П. Социология коммуникации. – М., 1997. – 350с. 19. Круглий стіл «Громадська думка населення України – травень 2004 р.» / Прес-реліз Фонду «Демократичні ініціативи» і Центру «Соціс». – К. – 2004. – С. 7. 20. Мелиховский В.М. Социальный маркетинг. – Ярославль., 1997. – 65с. 21. Моляко В.О. Чи так потрібен телевізор? // Обдарована дитина. – 1999. – № 1. – С. 3 – 4. 22. Наукові методи досліджень ефектів, зумовлених засобами інформації: американський досвід // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. – Журналістика. – 2002. – № 11. – С. 38 – 42.

23. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз или как успешно управлять общественным мнением. – М., 1998. – 425с.
24. Рева В.Е. Связи с общественностью: история, теория, практика. – М., 1997. – 382с.
25. Реклама: внушение и манипуляция. Медиа- ориентированный поход / Под ред. Д.Я. Райгородского. – Самара, 2001. – 752 с.
26. Роль засобів масової інформації та інших джерел у формуванні здорового способу життя молоді / Яременко О., Балакірева О. та ін. – К.: Український інститут соціальних досліджень, 2000. – 111 с.
27. Романова О.Л., Иванникова И.В. Культурологические аспекты антинаркотического воспитания // Вопросы психологи. – 1993. – № 3. – С. 48.
28. Рущенко І.П., Кузьмінов В.Н. Первинна профілактика наркоманії в Україні: огляд досвіду і постановка проблеми // Профілактика наркоманії: організаційні і методичні аспекти. Підсумкові матеріали міжнародного проекту. – Х.: Фінарт, 2002. – С. 74 – 84.
29. Социальная педагогика / Под ред. А.В. Мудрик. – Москва, 2002. – С. 62 – 66.
30. Социальная работа: инновационные и корпоративные исследования (уч. пособие). – М., 1998. – 59с.
31. Соціальна педагогіка: теорія та технології. Підручник / За ред. І.Д. Звереві. – К., 2006.
32. Тарасов К. Насилие в фильмах как социокультурная проблема // Українська культура. – 2000. – № 2. – С. 11 – 14.
33. Толстых А.В. Психология юного зрителя. – М., 1986. – 465 с.
34. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – М.: Прайм-ЕВРО-ЗНАК, 2001. – 448 с.
35. Чумиков А.Н. Креативные технологии «паблик рилейшнз». – М., 1998. – 460 с.

Допоміжні

1. Апостолова Г.В. Про наслідки використання електронної техніки для розвитку здібностей дитини // Обдарована дитина. – 2003. – № 1. – С. 18 – 23.
2. Астахова Т.В.. Связи с общественностью для третьего сектора. – М. – 1996.
3. Борсукова І. Розірвати наркопавутиння – означає знешкодити павука. Інтерв'ю з начальником відділу по боротьбі з незаконним обігом наркотиків ГУ УМВС у м. Києві В.І. Кравченко // Урядовий кур'єр. – 2004. – 13 травня. – С. 7 – 10.
4. Володеева В.Н. Основы психологии. – С.-П. – 1995.
5. Горшенков Г.Н.. Массовая коммуникация в системе детерминации преступности. – Сыктывкар, – 1998.
6. Допира А.И. Воздействие экранного насилия на подрастающее поколение: история социально-психологических последствий // Практична психологія та соціальна робота. – 2000. – № 8. – С. 10 – 14.
7. Лукашевич М. П. Соціалізація: виховні механізми і технології. – К., 1998.
8. Музыкант В.Л.. Теория и практика современной рекламы. – М. – 1998.
9. Оніфрійчук М. Духовна місія преси та книги // Урядовий кур'єр. – 1996. – 22 червня. – С. 4.

	<p>10. Приходченко Л. Газетні публікації як засіб впливу на громадську думку // Вісник УАДУ. – 2000. – № 1. – С. 141 – 149.</p> <p>11. Рассадин С. Испытание зрелищем: Поэзия и телевидение. – М., 1984. – 253 с.</p> <p>12. Рейковский Я. Экспериментальная психология эмоций. – М. – 1969.</p> <p>13. Рейман Л.Д. Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении // Вопросы философии. – 2001. – № 3. – С. 3 – 9.</p> <p>14. Черодайк О. Якісна суспільна інформація як складова розвитку демократії // Громадські ініціативи. – 2002. – № 3. – С. 19.</p> <p>15. Чорна Л. Сучасне телебачення та його вплив на внутрішній світ і поведінку людини // Психолог. – 2003. – № 46. – С. 18 – 22.</p> <p>16. Шелестова Л. «Молоко» й «Екстрім». Про сучасні ЗМІ для підлітків // Шкільний світ. – 2004. – № 12. – С. 1 – 2.</p> <p>17. Штельмах В. Газета як інструмент формування суспільної свідомості в умовах становлення державності України // Вісник Української Академії державного управління при Президентові України. – 2000. – № 2. – С. 186 – 191.</p> <p style="text-align: right;">Інформаційні ресурси</p> <p>36. http://library.udpu.org.ua/</p> <p>2. https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/</p> <p>3. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text</p>
Необхідне устаткування	Комп'ютер/ноутбук, програмне забезпечення, Інтернет ресурси
Спільні / індивідуальні види навчальної діяльності	Лекція, практичні заняття, індивідуальна робота студентів (анкетування, доповідь, консультація, письмова робота), створення мультимедійних презентацій, інтелектуальних карт, аналіз проблемних питань, самостійне опрацювання студентами навчального матеріалу
Оцінювання (онлайн / очно)	Аудиторно та заочно
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду діяльності)	Тестування (20%) Практичні заняття (80%)
Чат / сесії	Програма складається із 8 тем. Певні функції системи управління навчанням використовуються у якості засобів комунікації, для проведення занять та як навчальні завдання, зокрема використовуються завдання, педагогічні ситуації. Для забезпечення цього процесу для здобувачів підготовлені різні матеріали: теоретичний матеріал до кожної теми, інтерактивні та проблемно-пошукові завдання, посилання на ресурси в мережі, презентації.
Форум / теми для обговорень і тривалість	Форум за необхідністю

<p>Забезпечення виконання принципів академічної доброчесності</p>	<p>Курс розроблений з урахуванням положень «Кодексу академічної доброчесності національного агентства із забезпечення якості вищої освіти», який розглянуто та схвалено на засіданні Національного агентства, Протокол № 2 від 25 лютого 2019 року</p> <p>Окреслимо його основні складові:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Складати всі проміжні та фінальні завдання самостійно без допомоги сторонніх осіб. - Надавати для оцінювання лише результати власної роботи. - Не вдаватися до кроків, що можуть нечесно покращити ваші результати чи погіршити/покращити результати інших студентів. - Не публікувати відповіді на питання, що використовуються в рамках курсу для оцінювання знань студентів. - Використання засобів ІКТ, створення власних навчальних е-ресурсів, видання наукової продукції має відбуватися з дотриманням вимог Закону України «Про авторське право і суміжні права»
<p>Feedback курсу</p>	<p>Результати модульного тесту</p>