




**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Соціальна реклама»**  
**Освітньо-професійна програма «Журналістика»**  
**Галузь знань 06 «Журналістика»**  
**Спеціальність 061 «Журналістика»**

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП
<b>Курс</b>	4 (четвертий)
<b>Семестр</b>	7 (сьомий)
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години</b>	4 кредити / 120 годин
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Що буде вивчатися (предмет вивчення)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Класифікація соціальної реклами як суспільного явища;</li> <li>– аналіз успішних прикладів соціальної реклами;</li> <li>– термінологічна база;</li> <li>– принципи, функції та завдання соціальної реклами;</li> <li>– особливості роботи з брифом;</li> <li>– етична складова роботи рекламіста з соціальною тематикою;</li> <li>– вибір каналів комунікації з аудиторією, відповідно до поставленої мети;</li> <li>– аналіз ефективності рекламної комунікації.</li> </ul>
<b>Чому це цікаво/треба вивчати (мета)</b>	Навчальна дисципліна спрямована на формування системи загальнотеоретичних і прикладних знань у сфері соціальної реклами; підготовки студентів до роботи з соціальною тематикою.
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Опрацювати методи створення та поширення соціальної реклами;</li> <li>– розумітися на принципах і засадах соціальної реклами;</li> <li>– використовувати креативні технології;</li> <li>– правильно визначати ефективні канали комунікації з цільовою аудиторією;</li> <li>– створювати відео, аудіо, друковану рекламу на соціальну тематику;</li> <li>– основні положення законодавчого регулювання соціальної реклами у світі та в Україні;</li> <li>– планувати та організовувати кампанії із соціальної тематики.</li> </ul>
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</b>	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних компетентностей:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.</li> <li>- Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</li> <li>- Здатність бути критичним і самокритичним.</li> <li>- Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</li> <li>- Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</li> </ul>
<b>Навчальна логістика</b>	<b>Зміст дисципліни</b> Види та функції соціальної реклами. Порівняльні характеристики-

	<p>ки комерційної, політичної та соціальної реклами. Суб'єкт, об'єкт, методи та засоби соціальної реклами. Роль соціальної реклами в сучасному суспільстві. Соціальний маркетинг. Історичні аспекти розвитку соціальної реклами. Моделі організації соціальної реклами в різних країнах світу. Культурно-етнічні особливості змісту соціальної реклами. Тенденції розвитку соціальної реклами. Місце соціальної реклами в структурі комунікаційної діяльності. Соціальна реклама та соціальні комунікації: співвідношення понять. Загальні закономірності впливу соціальної реклами на особистість, громадську думку та соціальну поведінку</p> <p>Законодавче та правове врегулювання соціальної реклами в Україні. Проблеми державного та громадського впливу на зміст і форми соціальної реклами. Об'єкти права інтелектуальної власності. Морально-етичні засади соціальної реклами. Етапи створення соціальної реклами. Соціальна рекламна кампанія. Об'єкт рекламування і тематика соціальної реклами. Вибір каналів комунікації. Використання мотивів у зверненнях соціальної реклами. Психологічні аспекти впливу соціальної реклами. Соціальна реклама та чинники соціалізації, менеджменту, конструювання публічної сфери. Функції соціальної реклами в державному управлінні. Соціальна реклама і бізнес. Соціальні інституції та їхня роль у продукуванні соціальної реклами.</p> <p>Особливості формування повідомлень соціальної реклами. Креативні компоненти в соціальній рекламі. Специфіка текстового контенту соціальної реклами. Використання візуальних образів та аудіоефектів. Специфіка проведення кампаній в Інтернеті. Інновації в сучасній соціальній рекламі, використання нестандартних носіїв.</p> <p><b>Види занять:</b> лекції, практичні заняття, самостійна робота  <b>Методи навчання:</b> кейси, навчальні дискусії, ділові ігри, мозкова атака.  <b>Форми навчання:</b> денна, заочна</p>
<p><b>Пререквізити</b></p>	<p>«Вступ до спеціальності», «Аудіовиробництво», «Відеовиробництво».</p>
<p><b>Пореквізити</b></p>	<p>«Правозахисна журналістика», «Паблік рілейшнз», «Нові медіа».</p>
<p><b>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</b></p>	<p><b>Науково-технічна бібліотека НАУ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Соціальна реклама : навчальний посібник / Олтаржевський Д. О. — К. : Центр вільної преси, 2016. — 120 с</li> <li>1. Бугров В., Креатив у рекламі, К., 2016, 303 с.</li> <li>2. Каплунов Д., Нейрокопірайтинг, К., 2019, 352 с.</li> <li>3. Трухімович С., Реклама. Конспекти копірайтера, К., 2016, 144 с.</li> <li>4. Чалдині Р., Психологія впливу, Харків, 2018, 366 с</li> <li>5. Іващук А. А., Реклама на соціальну тематику як світовий тренд брендів, Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 2020 р., К., 2020., Т.ІІІ – С. 86-95.</li> <li>6. Іващук А. А., Особливості використання стилістичних прийомів у регіональній рекламі, Українська література: про-</li> </ol>

	<p>блеми і перспективи: I Всеукраїнська заочна науково-практична інтернет-конференція, 27-28 листопада, 2020 р.: тези доп. – Мелітополь, 2020. – С. 48-52.</p> <p><b>Репозитарій НАУ:</b>  <a href="https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42874">https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42874</a></p>
<b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b>	Аудиторний фонд Факультету міжнародних відносин (7 корпус), навчальна лабораторія міжнародних економічних відносин і бізнесу, яка оснащена сучасною комп'ютерною технікою та обладнанням для проведення лекційних і практичних занять
<b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b>	Диференційований залік.
<b>Кафедра</b>	Кафедра журналістики
<b>Факультет</b>	Лінгвістики та соціальних комунікацій
<b>Викладач(і)</b>	 <p><b>ІВАЩУК АНТОНІНА АНАТОЛІЇВНА</b>  <b>Посада:</b> доцент кафедри журналістики ФМВ  <b>Науковий ступінь:</b> кандидат наук із соціальних комунікацій  <b>Вчене звання:</b> доцент  <b>Профайл викладача:</b> <a href="http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_rzg/profesorсько-викладацький-склад/">fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_rzg/profesorсько-викладацький-склад/</a>  <a href="http://www.lib.nau.edu.ua/praci/11067Ivashchuk.pdf">http://www.lib.nau.edu.ua/praci/11067Ivashchuk.pdf</a>  <b>Тел.:</b> 406-73-76  <b>E-mail:</b> <a href="mailto:antonina.ivashchuk@npp.nau.edu.ua">antonina.ivashchuk@npp.nau.edu.ua</a>  <b>Робоче місце:</b> 7.218</p>
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	Авторський курс
<b>Лінк на дисципліну</b>	-

Розробник

Іващук А. А.