

Рекламно-інформаційні технології

Педагогічний факультет

Кафедра соціальної роботи

Спеціальність 232 Соціальне забезпечення
Освітня програма “Соціальне забезпечення”

Перший
(бакалаврський)
рівень вищої
освіти

Викладач

Стьопкіна Аліна Сергіївна, кандидат педагогічних наук

Профайл викладача :

<http://www.slavdpu.dn.ua/index.php/kafedra-sotsialnoi-pedahohyky-ta-sotsialnoi-roboty/sklad-kafedri>

E-mail викладача : brusal@ukr.net

Сторінка курсу в Moodle :

<http://ddpu.edu.ua:9090/moodle/course/view.php?id=455>

Розклад консультацій: понеділок 15.00-16.00

Анотація до дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни «Рекламно-інформаційні технології» сприяє оволодінню базовими теоретичними знаннями в галузі реклами загалом і соціальної реклами зокрема та застосування їх в процесі практичної діяльності, пов'язаної зі створенням рекламних матеріалів соціального характеру та проектуванням соціальної рекламно-інформаційної кампанії.

Мета, завдання й очікувані результати

Мета : вивчення конкретних рекомендацій в процесі створення і розміщення соціальної реклами з урахуванням позитивного вітчизняного та зарубіжного досвіду.

Завдання: *формування загальних компетентностей* (навички використання інформаційних і комунікаційних технологій у професійній діяльності фахівця соціальної сфери; здатність до міжособистісної взаємодії під час розробки та впровадження рекламно-інформаційної компанії);

формування спеціальних компетентностей (здатність аналізувати суспільні процеси пов'язані з соціальним розвитком держави під час розробки рекламно-інформаційної компанії; здатність дотримуватися етичних принципів та стандартів під час розробки та впровадження рекламних компаній; здатність до генерування нових ідей та креативності в процесі створення і розміщення соціальної реклами).

Очікувані результати навчання: визначати зміст співпраці з організаціями та установами з метою залучення їх до соціального захисту населення через створення та розповсюдження соціальної реклами; демонструвати уміння креативно вирішувати проблеми та приймати інноваційні рішення, мислити та застосовувати творчі здібності до формування принципово нових ідей у процесі створення та розповсюдження реклами соціального спрямування.

Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

1. Рекламно-інформаційна діяльність і суспільство.
2. Рекламно-інформаційні технології у соціальній сфері.
3. Соціальна реклама як один із видів комунікації.
4. Історичні аспекти розвитку рекламно-інформаційної діяльності в соціальній сфері.
5. Правові основи соціальної реклами.
6. Соціальна реклама як фактор формування ціннісних орієнтацій молоді регіону.
7. Поняття цільової групи, роль сегментації цільових груп для ефективності рекламно-інформаційної кампанії соціального спрямування.
8. Поняття рекламно-інформаційної кампанії соціального спрямування.
9. Основні етапи реалізації рекламно-інформаційної кампанії на соціальну тематику.
10. Особливості створення та проектування соціальної реклами.
11. Розміщення, поширення та оцінка ефективності соціальної реклами.