

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 7 «Соціальна реклама»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	Журналістика і міжкультурна комунікація Реклама та зв'язки з громадськістю
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 6 семестр, протягом семестру
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год.
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Соціальних комунікацій
Автор ОК	Кандидат філологічних наук, доцент Теребус О.Л.
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Орієнтування в курсах «Основи реклами та ПР», «Теорія журналістики»
Що буде вивчатися	Формування розуміння основних процесів творення соціальної реклами. Формування компетентності створювати інформаційний продукт та ефективно його просувати.
Чому це цікаво/треба вивчати	Реклама та соціальна реклама є явищами сучасного комунікативного простору та становлять собою важливу сферу журналістської діяльності. Вони входять у життя сучасної людини-споживача, перебираючи на себе функції чинника, який не лише значною мірою визначає економічну сферу життя суспільства, а також відбиває й одночасно формує масову культуру і свідомість. У сучасних українських дослідженнях соціальної реклами переважають економічний, психологічний, лінгвістичний ракурси її вивчення.
Чому можна навчитися (результати навчання)	У підсумку можна буде навчитися усвідомлювати місце соціальної реклами в системі підготовки журналіста і фахівця з реклами та зв'язків з громадськістю, володіти базовими принципами та технологіями соціальної реклами, знати структуру, склад та побудову соціальної реклами, володіти типами, формами, видами та засобами соціальної реклами, усвідомлювати психологічні засади соціальної реклами.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. Здатність працювати в команді. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

	<p>Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.</p> <p>Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.</p> <p>Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.</p> <p>Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.</p> <p>Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.</p> <p>Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію</p> <p>Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------