



ХМЕЛЬНИЦЬКА ГУМАНІТАРНО-ПЕДАГОГІЧНА АКАДЕМІЯ  
ГУМАНІТАРНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ПОЧАТКОВОЇ ОСВІТИ ТА ФІЛОЛОГІЇ  
КАФЕДРА ПЕДАГОГІКИ

**НАЗВА ДИСЦИПЛІНИ / ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА**

Силабус освітнього компонента  
«Соціальна реклама»

**Реквізити навчальної дисципліни**

|                                               |                                                                                                         |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Рівень вищої освіти</b>                    | фаховий молодший бакалавр, перший (бакалаврський)                                                       |
| <b>Галузь знань</b>                           | Освіта / Педагогіка                                                                                     |
| <b>Спеціальність</b>                          | Початкова освіта,                                                                                       |
| <b>Освітня програма</b>                       | Початкова освіта фаховий молодший бакалавр, Початкова освіта перший (бакалаврський) рівень вищої освіти |
| <b>Статус дисципліни</b>                      | вибіркова                                                                                               |
| <b>Форма навчання</b>                         | денна / заочна                                                                                          |
| <b>Курс, семестр</b>                          | 2-4 курс, 1-2 ф курс; один семестр                                                                      |
| <b>Обсяг дисципліни</b>                       | 150 год. (64 ауд., 86 с.р.)                                                                             |
| <b>Семестровий контроль/контрольні заходи</b> | залік                                                                                                   |
| <b>Мова викладання</b>                        | Українська                                                                                              |
| <b>Інформація про викладача</b>               | Чернюк Світлана Володимирівна                                                                           |
| <b>Контактний телефон, e-mail</b>             | +380936914445, <a href="mailto:chernyuk.svitlana@gmail.com">chernyuk.svitlana@gmail.com</a>             |

**Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання**

В умовах демократизації суспільства та реформування освіти курс має на меті підготувати майбутніх учителів початкових класів до використання соціальної реклами як інструменту виховної роботи, формування громадянських цінностей та соціально відповідальної поведінки дітей.

Метою курсу «Соціальна реклама» є надання здобувачам вищої освіти знань про соціальну рекламу як суспільне явище, її функції, завдання та вплив на

громадську свідомість, ознайомлення з історією та сучасними тенденціями розвитку соціальної реклами у світі та в Україні, а також формування у студентів умінь і практичних навичок створення соціальної реклами з урахуванням педагогічних, психологічних та креативних аспектів.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Соціальна реклама» є:

1. Ознайомлення студентів із концептуальними положеннями: сутності, функцій та завдань соціальної реклами; класифікації та законодавчо-правових аспектів соціальної реклами в Україні; моделей організації соціальної реклами у світовій практиці; проблем та тенденцій розвитку соціальної реклами в Україні; ролі соціальної реклами у формуванні суспільної свідомості та ціннісних орієнтацій.

2. Опанування студентами сучасних знань щодо: стратегії і тактики створення соціальної реклами; учасників рекламного процесу та особливостей соціальних рекламних кампаній; об'єктів і тематики соціальної реклами, вибору каналів комунікації; психологічних аспектів впливу реклами (когнітивного, емоційного, маніпулятивного); використання кольору, візуальних образів та звукових ефектів у соціальній рекламі.

3. Формування практичних умінь і навичок: створення текстових і візуальних повідомлень соціальної реклами; розробки та реалізації соціальних рекламних кампаній; використання інноваційних і креативних підходів у створенні соціальної реклами; застосування можливостей Інтернету та соціальних мереж для поширення соціальної реклами.

4. Розвиток професійної компетентності студентів, що передбачає готовність до використання соціальної реклами як виховного засобу у педагогічній практиці, формування критичного мислення, креативності, медіаграмотності та здатності до самовдосконалення.

### Пререквізити

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Соціальна реклама» значно підвищиться, якщо студенти попередньо опанували матеріалом таких дисциплін як: Педагогіка, Історія педагогіки, Психологія, Культурологія.

### Зміст курсу

| №  | Теми                                                        | Аудиторні години | Лекції    | Семінарські Практичні |
|----|-------------------------------------------------------------|------------------|-----------|-----------------------|
| 1. | Соціальна реклама як суспільне явище                        | 6                | 4         | 2                     |
| 2. | Історія та сучасність соціальної реклами                    | 12               | 6         | 6                     |
| 3. | Стратегія і тактика соціальної реклами                      | 8                | 4         | 4                     |
| 4. | Соціально-інформаційна рекламна кампанія                    | 10               | 4         | 6                     |
| 5. | Психологічні аспекти впливу соціальної реклами              | 10               | 6         | 4                     |
| 6. | Практичні аспекти та креативні підходи в соціальній рекламі | 12               | 6         | 6                     |
| 7. | Оцінювання результатів впливу соціальної реклами            | 6                | 4         | 2                     |
|    | <b>Всього</b>                                               | <b>64</b>        | <b>34</b> | <b>30</b>             |

### Самостійна робота студентів

| № з/п теми | Зміст завдань                                  | Кількість годин |
|------------|------------------------------------------------|-----------------|
| 1.         | Соціальна реклама як суспільне явище           | 10              |
| 2.         | Історія та сучасність соціальної реклами       | 16              |
| 3.         | Стратегія і тактика соціальної реклами         | 10              |
| 4.         | Соціально-інформаційна рекламна кампанія       | 14              |
| 5.         | Психологічні аспекти впливу соціальної реклами | 14              |

|    |                                                             |           |
|----|-------------------------------------------------------------|-----------|
| 6. | Практичні аспекти та креативні підходи в соціальній рекламі | 14        |
| 7. | Оцінювання результатів впливу соціальної реклами            | 8         |
|    | <b>Разом</b>                                                | <b>86</b> |

### Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю студентів, усне опитування, тестування, перевірка самостійних робіт.

Форма контролю: залік.

Контроль знань і умінь студентів (поточний і підсумковий) з дисципліни **«Методика роботи з дитячими та молодіжними організаціями»** здійснюється згідно з кредитно-модульною системою організації освітнього процесу. Рейтинг студента із засвоєння дисципліни визначається за 100 бальною шкалою.

Критерії оцінювання. Еквівалент оцінки в балах для кожної теми може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в таблиці.

Підсумкова (загальна) оцінка з курсу є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі види контролю. Підсумкова оцінка виставляється після повного вивчення навчальної дисципліни.

### Розподіл балів, які отримують студенти при вивченні дисципліни «Логіка»

| №  | Теми                                                        | Усне опитування | Самостійна робота | Практичні завдання |
|----|-------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|--------------------|
| 1. | Соціальна реклама як суспільне явище                        | 5               | 2                 |                    |
| 2. | Історія та сучасність соціальної реклами                    | 5               | 2                 | 10                 |
| 3. | Стратегія і тактика соціальної реклами                      | 5               | 2                 | 5                  |
| 4. | Соціально-інформаційна рекламна кампанія                    | 5               | 2                 | 10                 |
| 5. | Психологічні аспекти впливу соціальної реклами              | 5               | 2                 | 6                  |
| 6. | Практичні аспекти та креативні підходи в соціальній рекламі | 5               | 2                 | 10                 |
| 7. | Оцінювання результатів впливу соціальної реклами            | 5               | 2                 |                    |
|    | <b>Разом (з неформальною освітою 10 б.)</b>                 | <b>100</b>      |                   |                    |

| Поточне тестування, усне опитування та самостійна робота |    |    |                     |    |    |    | Участь у неформальній освіті | Сума |
|----------------------------------------------------------|----|----|---------------------|----|----|----|------------------------------|------|
| Змістовий модуль №1                                      |    |    | Змістовий модуль №2 |    |    |    |                              |      |
| T1                                                       | T2 | T3 | T4                  | T5 | T6 | T7 |                              | 100  |
| 7                                                        | 17 | 12 | 17                  | 13 | 17 | 7  | 10                           |      |

ЗМ1– змістовий модуль

T1, T2 ... T6 – теми змістових модулів.

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

|                                              |             |                                                    |            |
|----------------------------------------------|-------------|----------------------------------------------------|------------|
| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою                      |            |
|                                              |             | для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |

|          |    |                                                            |                                                             |
|----------|----|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| 90 – 100 | A  | відмінно                                                   | зараховано                                                  |
| 82-89    | B  | добре                                                      |                                                             |
| 74-81    | C  |                                                            |                                                             |
| 64-73    | D  | задовільно                                                 |                                                             |
| 60-63    | E  |                                                            |                                                             |
| 35-59    | FX | незадовільно з можливістю повторного складання             | не зараховано з можливістю повторного складання             |
| 0-34     | F  | незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни |

#### Рекомендована література

1. Карпова І. Г. Соціальна реклама в Україні в умовах воєнного стану. Партнерська взаємодія у системі інститутів соціальної сфери: зб. матер. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (10 листопада 2022 р., м. Ніжин) / за заг. ред. О. В. Лісовця, С. О. Борисюк. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2022. С. 53-55.
2. Методичні рекомендації до самостійної роботи з навчальної дисципліни «Соціальна реклама» Хмельницький: ХГПА, 2020. 26 с.
3. Організація та проведення соціальної рекламної інформаційної кампанії: Метод. посібник / Авторський колектив: Т.А. Марочко, Є.В. Ромат, А.Л. Стрелковська, Т.В. Хімченко. Київ: Фенікс, 2007.
4. Олтаржевський Д. О. Соціальна реклама : навч./ посіб. Київ : Центр вільної преси, 2016. 120 с.
5. Плани практичних та семінарських занять з навчальної дисципліни «Соціальна реклама» Хмельницький: ХГПА, 2020. 26 с.
6. Соціальна реклама : курс лекцій: укл. Чернюк С. В. Хмельницький : ХГПА, 2020. 104 с.
7. Чернюк С. В. Використання соціальної реклами у процесі профілактичної діяльності соціального педагога. *Актуальні проблеми соціальної роботи: виклики сучасності: матеріали IV міжвузівської науково-практичної (заочної) конференції (Хмельницький, 30 травня 2022 року) / Укл. І. А. Гайдамашко, Н. А. Сівак, Н. В. Казакова. Хмельницький: ФОП «О. М. Казаков», 2022. С. 91-94.*
8. Чернюк С. В. Напрямки соціально-педагогічної роботи у закладах вищої освіти // Актуальні проблеми соціальної роботи: виклики сучасності: матеріали III науково-практичної (заочної) конференції (Хмельницький, 17 травня 2021 року) / Укл. Н. А. Сівак, Н. В. Казакова, І. А. Гайдамашко, С. В. Чернюк. Хмельницький: ФОП «О. М. Казаков», 2021. С. 69-73.

#### 14. Інформаційні ресурси

1. Інформаційно-ресурсний портал для молоді. URL: <http://molodistua.org//main/>
2. Портал молодіжних організацій «Молодість». URL: <http://www.molod.kiev.ua/index.html>
3. ПЛІАСТ. URL: <https://www.plast.org.ua> Бібліотека Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії. URL: <http://biblio.kgpa.km.ua/>.
4. Еврідика Мережа. URL: <http://www.eurydice.org>.
5. Освітній порта. URL: <http://www.osvita.org.ua>.
6. Державна науково-педагогічна бібліотека України імені В. О. Сухомлинського. URL: <http://www.library.edu-ua.net>
7. Наукова електронна бібліотека. (Книги, підручники, дисертації, автореферати.) URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal>.
8. Наукова періодика України (журнали та збірники наукових праць). URL:
9. Національна бібліотека України імені В.І.Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.

#### Силабус:

**Складено** Чернюк Світланною Володимирівною.

**Ухвалено** кафедрою педагогіки (протокол № 2 від 27 вересня 2024 р.).