**Зміст навчальної дисципліни «Рекламно-інформаційна діяльність в соціальній роботі»**

|  |  |
| --- | --- |
| **Назва тематичного модуля і теми лекції** | *Год*. |
| **Тематичний МОДУЛЬ 1** |  |
| 1 | Поняття соціальної реклами (СР) (*англ*. Public Service Announcements – PSA). Основні відмінності СР від комерційної реклами. Огляд законів та нормативних документів, які регламентують рекламну діяльність та соціальну роботу в Україні. | 2 |
| 2 | Загальні принципи маркетингу. Маркетинговий «мікс» (за Котлером). Соціальний маркетинг. Історія становлення і розвитку. Досвід зарубіжних країн. | 2 |
| 3 | Визначення цільової аудиторії – ключове завдання соціального маркетингу. Виміри національної культури за Г. Хофстеде (Geert Hofstede). Сегментація і визначення різних цільових груп (*англ*. targeting). | 2 |
| **Тематичний МОДУЛЬ 2** |  |
| 4 | Характеристика зв’язків із громадськістю (PR) в соціальній сфері. Практичні аспекти PR-діяльності.  | 2 |
| 5 | Принципи комунікації і переконання. Інформаційно-просвітницька діяльність (*англ*. advocacy). Розуміння поняття «економіки вражень» (*англ*. Experience Economy) | 2 |
| 6 | Визначення критеріїв ефективності СР. Аналіз прикладів СР за різною тематикою.Використання інформаційних технологій (ІТ) та медіа при проведенні рекламно-інформаційних заходів.Рекламна кампанія, її складові. | 2 |
| 7 | Покрокове планування повномасштабної рекламної кампанії.Фандрайзинг: пошук джерел фінансування для громадських організацій. Планування і бюджетування рекламної діяльності ГО. | 2 |
| ***РАЗОМ:*** | ***14*** |

Навчальний курс завершується захистом командних проектів, які представляють собою розроблений рекламний матеріал соціального характеру (формат – за вибором студентів) та презентацією плану повномасштабної рекламної кампанії (рекламного заходу).

Проекти мають бути виконані з дотриманням основних вимог, які висуваються сьогодні до дієвої соціальної реклами.

Командні проекти оцінюються за визначеними критеріями ефективності соціальної реклами – як викладачем, так і іншими студентами.