

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра МЕДИЧНОЇ ТА БІОЛОГІЧНОЇ ФІЗИКИ І МЕДИЧНОЇ ІНФОРМАТИКИ

Навчальний рік 2023-2024

СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА
«РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МЕДИЦИНІ»
(назва освітнього компонента)

Нормативний чи вибіркового освітній компонент вибірковий

Форма здобуття освіти заочна
(очна; заочна; дистанційна)

Галузь знань 22 «Охорона здоров'я»
(цифр і назва галузі знань)

Спеціальність 223 Медсестринство
(цифр і назва спеціальності)

Освітньо-професійна програма Сестринська справа

Першого (бакалаврського освітньо-наукового) рівня вищої освіти

Курс 4

Силабус освітнього компонента
розглянуто на засіданні кафедри
медичної та біологічної фізики
і медичної інформатики

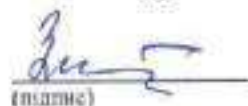
Схвалено методичною комісією
ХНМУ з проблем
загальної підготовки

Протокол від
“28” серпня 2023 року № 1

Протокол від
“31” серпня 2023 року № 1

В.о. завідувача кафедри

Голова


(підпис)

проф. Зайцева О.В.


(підпис)

проф. Вовк О.Ю.

РОЗРОБНИК СИЛАБУСУ:

Рисована Любов Михайлівна, доцент кафедри медичної та біологічної фізики і медичної інформатики, доцент, к.т.н.

(прізвище, ім'я та по-батькові, посада, вчене звання, науковий ступінь)

ДАНІ ПРО ВИКЛАДАЧІВ, ЩО ВИКЛАДАЮТЬ ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1. Рисована Любов Михайлівна, доцент кафедри медичної та біологічної фізики і медичної інформатики, доцент, к.т.н.

Професійні інтереси: медична інформатика та кібернетика, інформаційні технології, математичне моделювання, медична та біологічна фізика.

Контактний телефон 050-771-97-48

Корпоративна пошта викладача: lm.rysovana@knmu.edu.ua

Консультації: очні консультації: кафедра медичної та біологічної фізики і медичної інформатики ХНМУ; онлайн консультації: Google Meet або MS Teams.

2. Гранкіна Світлана Семенівна, старший викладач кафедри медичної та біологічної фізики і медичної інформатики

Професійні інтереси: інформаційні технології, математичне моделювання, медична та біологічна фізика.

Контактний телефон 097-663-25-15

Корпоративна пошта викладача: ss.hrankina@knmu.edu.ua

Консультації: очні консультації: кафедра медичної та біологічної фізики і медичної інформатики ХНМУ; онлайн консультації: Google Meet або MS Teams.

ВСТУП

Силабус освітнього компонента «Рекламно-інформаційні технології в медицині» складений відповідно до освітньо-професійної програми (далі – ОПП) «Сестринська справа» та Стандарту вищої освіти України (далі – Стандарт), перший (бакалаврський освітньо-науковий) рівень вищої освіти, галузі знань 22 «Охорона здоров'я», спеціальності 223 «Медсестринство».

Опис освітнього компонента (анотація)

Вивчення освітнього компонента «**Рекламно-інформаційні технології в медицині**» спрямоване на формування у здобувачів освіти теоретичного образу суспільства на основі сучасних вітчизняних та зарубіжних інформаційних підходів, концепцій, ідей, ознайомлення їх з понятійно-категоріальним апаратом і зосновними дефініціями та концепціями представлення інформації в медицині, формування та вдосконалення у здобувачів освіти навичок використання знань та вмінь для подальшого розвитку творчого мислення.

Силабус упорядкований із застосуванням сучасних принципів організації освітнього процесу ЗВО для створення світоглядного та методологічного підґрунтя, для критичного та системного вивчення специфіки сфери охорони здоров'я.

Предметом вивчення освітнього компонента «**Рекламно-інформаційні технології в медицині**» є інформаційні процеси, що використовуються у рекламних процесах та при вивченні ринку освітніх послуг, методах та засобах контролю знань, умінь і навичок в освоєнні рекламних інформаційних технологій.

Міждисциплінарні зв'язки. Вивчення освітнього компонента тісно пов'язано зі засвоєнням таких освітніх компонентів, як: медична інформатика, медична та біологічна фізика, медична біологія.

Пререквізити. Вивчення освітнього компонента передбачає попереднє засвоєння понять та засобів медичної інформатики.

Постреквізити. Основні положення освітнього компонента мають застосовуватися при вивченні фахових дисциплін.

Посилання на сторінку освітнього компонента в MOODLE

<http://distance.knmu.edu.ua/course/view.php?id=2384>

1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

1.1. Метою вивчення освітнього компонента є оволодіння здобувачами освіти термінологічним апаратом в галузі «Рекламно-інформаційні технології в медицині», здобуття навичок створення відповідного інформаційного продукту, можливість вдосконалювати свої здобутки в галузі медичної, соціальної та рекламної роботи.

1.2. Основними завданнями вивчення освітнього компонента «Рекламно-інформаційні технології в медицині» є:

- ознайомлення здобувачів освіти з етапами розвитку рекламно-інформаційних технологій в медицині;
- підвищення якості підготовки спеціалістів галузі охорони здоров'я на основі використання інформаційних технологій;
- формування уявлення про можливості використання рекламно-інформаційних технологій в медицині, сфері охорони здоров'я;
- розгляд загальної класифікації рекламно-інформаційних технологій, а також дослідження саме тих, що можуть бути ефективно використані в медицині та соціальній роботі;
- адаптація інформаційних технологій навчання до індивідуальних особливостей здобувачів освіти;
- впровадження інформаційних та рекламних технологій в сферу охорони здоров'я.

1.3. Компетентності та результати навчання, формуванню яких сприяє освітній компонент (взаємозв'язок з нормативним змістом підготовки здобувачів вищої освіти, сформульованим у термінах результатів навчання у ОПП та Стандарті):

1.3.1. Вивчення освітнього компонента «Рекламно-інформаційні технології в медицині» забезпечує опанування здобувачами освіти компетентностей:

інтегральні:

здатність розв'язувати типові, складні спеціалізовані задачі і практичні проблеми у професійній діяльності у галузі охорони здоров'я, або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується комплексністю й невизначеністю умов і вимог;

загальні:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, здатність вчитися і бути сучасно навченим;
- здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях;
- здатність до адаптації та дії в новій ситуації;
- здатність приймати обґрунтоване рішення ; працювати в команді; навички міжособистісної взаємодії;
- здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово; здатність спілкуватись іноземною мовою;
- навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;
- здатність діяти соціально відповідально та свідомо;

спеціальні (фахові, предметні):

здатність до проведення заходів щодо організації та інтеграції надання медичної допомоги населенню, та проведення маркетингу медичних послуг.

1.3.2. Вивчення освітнього компонента «Рекламно-інформаційні технології в медицині» забезпечує набуття здобувачами освіти наступних програмних результатів навчання (ПРН):

ПРН 5. Здійснювати медсестринське адміністрування. В умовах ЗОЗ, з метою здійснення організаційних та управлінських компетентностей, вміти:

- приймати управлінські рішення, забезпечувати їх виконання на основі застосування моделей медсестринського керівництва;
- забезпечувати виконання наказів та постанов з питань охорони здоров'я;
- освоїти функціональні обов'язки керівника медсестринських служб;
- знати порядок проведення ліцензування та акредитації лікувально-профілактичних закладів, лабораторій різного профілю, тощо.

ПРН 7. Брати участь у забезпеченні спостереження за здоровим і перехворілим населенням, реабілітації та диспансерного нагляду. В умовах ЗОЗ, удома та в громаді, користуючись чинними наказами МОЗ України, з метою формування, збереження та поліпшення стану здоров'я дорослого та дитячого населення, вміти:

- вести облік диспансерних груп населення;
- робити розрахунок та аналіз статистичних показників ефективності диспансеризації;
- проводити роз'яснювальну роботу серед пацієнтів різних диспансерних груп;
- вести облік груп здоров'я;
- розраховувати та оцінювати окремі показники та показники комплексної дії мікроклімату на організм людини;
- визначати етапи медико-соціальної реабілітації пацієнта, завдання для кожного етапу;
- складати комплекс реабілітаційних заходів залежно від і профілю, перебігу, періоду захворювання чи травми;
- проводити перепис дитячого населення.

ПРН 9. Належно виконувати медичні маніпуляції з метою забезпечення особистої гігієни пацієнта.

ПРН 16. Здатність до точності при здійсненні взаємозалежних медсестринських функцій.

ПРН 17. Планувати і проводити профілактичні та протиепідемічні заходи щодо інфекційних хвороб.

ПРН 18. Організовувати та проводити навчання пацієнтів та членів їхніх родин з медичних питань.

ПРН 19. Проводити медико-гігієнічну пропаганду.

1.3.3. Вивчення освітнього компонента забезпечує набуття здобувачами освіти наступних соціальних навичок (Soft skills):

- аналізувати загальне і особливе в способах вирішення основних соціальних проблем;
- використовувати отримані знання в розумінні сучасних реалій, застосовувати їх у повсякденній діяльності;
- поєднувати глибокі професійні знання з фундаментальними цінностями; відповідально ставитися до професійних обов'язків; налагоджувати ефективні ділові комунікації.

2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МЕДИЦИНІ»

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь, ОПП	Характеристика освітнього компонента
		заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3,0	Галузь знань 22 «Охорона здоров'я» (шифр і назва)	вибірковий
Загальна кількість годин – 90 Годин заочної форми навчання: аудиторних – 10 , самостійної роботи - 80	Спеціальність: 223 «Медсестринство» (шифр і назва)	Курс 4-й
		Семестр
		Лекції: 2 год.
		Практичні заняття: 8 год.
		Семінарські заняття/Лабораторні заняття: 0 год.
		Самостійна робота: 80 год.
		Індивідуальні завдання: 0 год.
		Вид контролю: залік

2.1 Опис освітнього компонента

2.1.1 Лекції

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Види лекцій
1	Інформаційні технології в рекламно-інформаційній діяльності.	2	мультимедійні презентації
	Всього годин	2	

2.1.2 Семінарські заняття

Не передбачено навчальним планом.

2.1.3 Практичні заняття

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Методи навчання	Форми контролю
1	Рекламна та соціальна діяльність в медичній сфері	2	презентація на платформі Google meet, розповідь-пояснення, бесіда	тестовий контроль (платформа Moodle)
2	Методи представлення рекламної інформації	2		
3	Основи інформаційних технологій в медицині	2		
4	Створення соціального рекламно-інформаційного проєкту.	1		
	Підсумковий контроль. Залік.	1	тестовий контроль (платформа Moodle), доповідь з презентацією	
	Всього годин	8		

2.1.4. Лабораторні заняття

Не передбачено навчальним планом.

2.1.5. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Методи навчання	Форми контролю
1	Історія виникнення реклами.	2	електронно-інформаційні	тестовий контроль як складова підсумкового контролю
2	Основні поняття реклами. Рекламна діяльність в соціальній та медичних сферах.	8		
3	Введення в інформаційні технології.	12		
4	Технологічний підхід для розроблення та впровадження реклами в медичній та соціальних сферах	8		

5	Формування фахівців галузі, їх вплив на розвиток рекламно-інформаційних технологій в індустріальному суспільстві.	10		(платформа Moodle)
6	Соціальна реклама в медицині та її основні аспекти у досвіді зарубіжних країн.	8		
7	Місце рекламно-інформаційних технологій в комунікаційному середовищі світу, України.	8		
8	Технології впливу на цільову аудиторію під час проведення соціальної рекламно-інформаційної кампанії.	10		
9	PR як технологічний метод впливу на цільову аудиторію.	4		
10	Комп'ютерні та мережеві технології в рекламно-інформаційній діяльності.	12		
	Всього годин	80		

3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

3.1.1 Оцінювання успішності навчання здобувачів освіти здійснюється на підставі чинної «Інструкції з оцінювання навчальної діяльності здобувачів освіти ХНМУ».

Методи контролю:

Усний та письмовий контроль засвоєння теми здійснюється на практичних заняттях.

Контроль здобуття практичних умінь та навичок здійснюється на практичних заняттях методом спостереження.

Контроль виконання самостійної роботи здійснюється у письмовій (письмова форма передбачає представлення як у паперовому, так і / або в електронному вигляді) та усній формах.

Поточний контроль здійснюється на кожному практичному занятті відповідно до конкретних цілей теми. На всіх практичних заняттях застосовуються види стандартизованого контролю теоретичної підготовки та контроль засвоєння практичних навичок: комп'ютерні тести, виконання практичних завдань, включно з компетентнісно-орієнтованими.

Підсумковий контроль передбачає використання комп'ютерних тестів на дистанційній платформі MOODLE для перевірки рівня теоретичних знань та сформованості практичних навичок у процесі виконання практичного завдання на комп'ютері.

Оцінка за кожне практичне заняття з освітнього компонента «Рекламно-інформаційні технології в медицині» є комплексною, що включає контроль теоретичної та практичної підготовки здобувача вищої освіти, виставляється викладачем за традиційною чотирибальною шкалою в АСУ, яка потім конвертується у відповідні бали.

Критерії оцінювання підсумкового контролю на дистанційній платформі MOODLE.

Підсумковий контроль містить 25 запитань, з них:

15-19 вірних відповідей – 15-19 балів - оцінка "3",

20-23 вірних відповідей – 20-23 бали - оцінка "4",

24-25 вірних відповідей – 24-25 балів - оцінка "5".

Оцінювання поточного освітнього компонента (ПОК):

Після проведення останнього практичного заняття та виставлення оцінки в електронний журнал, АСУ підраховує середній бал здобувача освіти за рік, та, якщо немає академічної заборгованості / пропуску заняття, виставляється залік.

Перерахунок середньої оцінки за поточну діяльність у багатобальну шкалу проводиться в АСУ відповідно до «Інструкції з оцінювання навчальної діяльності здобувачів освіти ХНМУ», затвердженої Наказом ХНМУ від 21.08.2021 №181. (Таблиця 1).

Таблиця 1

Перерахунок середньої оцінки за поточну діяльність у багатобальну шкалу (для освітнього компонента, який завершується заліком)

4-бальна шкала	200-бальна шкала	4-бальна шкала	200-бальна шкала	4-бальна шкала	200-бальна шкала
5,00	200	4,30-4,31	172	3,60-3,61	144
4,97-4,99	199	4,27-4,29	171	3,57-3,59	143
4,95-4,96	198	4,24-4,26	170	3,55-3,56	142
4,92-4,94	197	4,22-4,23	169	3,52-3,54	141
4,90-4,91	196	4,19-4,21	168	3,50-3,51	140
4,87-4,89	195	4,17-4,18	167	3,47-3,49	139
4,85-4,86	194	4,14-4,16	166	3,45-3,46	138
4,82-4,84	193	4,12-4,13	165	3,42-3,44	137
4,8-4,81	192	4,09-4,11	164	3,40-3,41	136
4,77-4,79	191	4,07-4,08	163	3,37-3,39	135
4,75-4,76	190	4,04-4,06	162	3,35-3,36	134
4,72-4,74	189	4,02-4,03	161	3,32-3,34	133
4,7-4,71	188	3,99-4,01	160	3,30-3,31	132
4,67-4,69	187	3,97-3,98	159	3,27-3,29	131
4,65-4,66	186	3,94-3,96	158	3,25-3,26	130
4,62-4,64	185	3,92-3,93	157	3,22-3,24	129
4,60-4,61	184	3,89-3,91	156	3,20-3,21	128
4,57-4,59	183	3,87-3,88	155	3,17-3,19	127
4,54-4,56	182	3,84-3,86	154	3,15-3,16	126
4,52-4,53	181	3,82-3,83	153	3,12-3,14	125
4,50-4,51	180	3,79-3,81	152	3,10-3,11	124
4,47-4,49	179	3,77-3,78	151	3,07-3,09	123
4,45-4,46	178	3,74-3,76	150	3,05-3,06	122
4,42-4,44	177	3,72-3,73	149	3,02-3,04	121
4,40-4,41	176	3,70-3,71	148	3,00-3,01	120
4,37-4,39	175	3,67-3,69	147	Менше 3	Недостатньо
4,35-4,36	174	3,65-3,66	146		
4,32-4,34	173	3,62-3,64	145		

3.1.2. Оцінювання індивідуальних завдань здобувачів освіти.

Не передбачені навчальним планом.

3.1.3. Оцінка з освітнього компонента «Рекламно-інформаційні технології в медицині».

Оцінка з освітнього компонента визначається балами за ПОК та складає від 120 до 200 балів.

Відповідність оцінок за 200-бальною шкалою відповідно до шкали ЄКТС до чотирибальної шкали наведена у таблиці 2.

Таблиця 2

Відповідність оцінок за 200-бальною шкалою до шкали ЄКТС та до чотирибальної (національної) шкали

Оцінка за 200 бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за чотирибальною шкалою
180–200	A	Відмінно
160–179	B	Добре
150–159	C	Добре
130–149	D	Задовільно
120–129	E	Задовільно
Менше 120	F, Fx	Незадовільно

Здобувач освіти одержує відмітку «зараховано» у залікову книжку, якщо він набрав від 120 до 200 балів.

3.2. Запитання до заліку

Не передбачено навчальним планом.

3.3. Запитання до підсумкового контролю:

1. Послідовність інформаційних революцій: винайдення мови, писемності, друкарського станка.
2. Нові жанри подання інформації, поява друкованих рекламних засобів.
3. Сучасна українська соціальна реклама: особливості та розвиток.
4. Досвід соціальної реклами в різних країнах світу.

5. Визначення понять «реклама» та «рекламно-інформаційна технологія».
6. Основні риси реклами.
7. Комерційна, соціальна та політична реклама.
8. Засоби розповсюдження рекламних матеріалів.
9. Вплив реклами на сфери життя суспільства.
10. Вплив товарного виробництва на розвиток нових видів рекламно-інформаційних технологій.
11. Поява нових напрямків в рекламі та розповсюдженні інформації.
12. Підготовка фахівців в галузі реклами серед соціальних працівників.
13. Види аналізу даних для оброблення інформації в галузі соціології.
14. Використання статистичного та математичного апарату для оброблення інформації.
15. Соціальна реклама в роботі таких організацій як: некомерційні організації, різного роду асоціації, державні структури.
16. Засоби розповсюдження соціальної реклами.
17. Законодавче регулювання рекламної діяльності в Україні.
18. Правові аспекти врегулювання соціальної реклами в Україні.
19. Законодавчі ініціативи соціальної реклами в країнах Заходу.
20. Технологічні аспекти проектування соціальної реклами.
21. Розробка рекламного повідомлення.
22. Психологічні аспекти сучасної соціальної реклами.
23. Рекламні дослідження.
24. Етапи рекламних досліджень.
25. Визначення public relations як науки, як економічної та управлінської діяльності, як діяльності необхідної для соціального педагога.
26. Спонсоринг і соціальна реклама.
27. Планування соціальної рекламної кампанії.
28. Основні креативні технології, можливості їх застосування у діяльності соціального працівника.
29. Використання необхідного обладнання, технічних засобів, належна організація подання матеріалів та дотримання таймінгу заходу.
30. Рекламний дизайн як соціокультурний феномен.
31. Естетичний вимір рекламного образу.
32. Типології об'єктів рекламного дизайну.
33. Види комп'ютерних мереж.
34. Соціальна робота в комп'ютерних мережах.
35. Захист та безпека інформації в мережах.
36. Переваги та недоліки рекламної діяльності в соціальних мережах.
37. Інформаційні війни.
38. Критичне мислення.
 39. Виникнення торгівельного знаку, торгівельної марки, як прототипів сьогоденного бренду.
 40. Засновник друкованої реклами в Європі.
 41. Протореклама.
 42. Генезис соціальної реклами.

43. Загальна характеристика розвитку соціальної реклами в ХХ ст.
44. Специфіка історичного розвитку вітчизняної соціальної реклами.
45. Функції реклами.
46. Класифікація реклами.
47. Роль реклами в житті суспільства.
48. Роль науково-технічної революції у трансформації рекламно-інформаційних технологій.
49. Розвиток виставкової діяльності, як однієї з технологій рекламування продукції та розповсюдження інформації про неї.
50. Системний аналіз даних.
51. Мета, задачі та функції соціальної реклами.
52. Суб'єкт та об'єкт соціальної реклами.
53. Типи та види соціальної реклами.
54. Тематика соціальної реклами.
55. Європейський досвід законодавчого регулювання маркетингових комунікацій.
56. Психологія соціальної реклами.
57. Психологічні аспекти негативної соціальної реклами.
58. Структура та організація рекламного тексту.
59. Соціальний слоган.
60. Розміщення та поширення соціальної реклами.
61. Рекламний образ.
62. Вплив дизайну рекламного продукту.
63. Розповсюдження рекламного продукту через мережі.
64. Інформаційна реклама. Інформаційні війни.
65. Соціальні мережі як феномен сучасності.

3.4. Індивідуальні завдання.

Не передбачені навчальним планом.

3.5. Правила оскарження оцінки

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з одержаною на занятті оцінкою, він може її оскаржити. В такому разі знання здобувача вищої освіти будуть оцінюватися комісією у складі завідувача або завуча кафедри, незалежного викладача та викладача групи, у якій навчається здобувач вищої освіти. Для підвищення оцінки викладач групи може також запропонувати здобувачу вищої освіти обрати тему для написання реферату.

4. ПОЛІТИКА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Для успішного засвоєння освітнього компонента необхідно, щоб здобувач освіти систематично готувався до практичних занять, виконував завдання, що пропонуються для засвоєння тем, рекомендованих для самостійного вивчення, читав рекомендовану літературу, брав активну участь у обговоренні теми заняття в

аудиторії / дистанційно.

Відвідування практичних заняття з дисципліни є обов'язковим (за виключенням поважних причин). Заняття, що пропущене з будь-якої причини, має бути відпрацьовано. Неприпустимо запізнюватися на заняття. До моменту початку заняття здобувач освіти повинен бути переодягнений у медичний халат. При спілкуванні з викладачем та оточуючими він повинен виявляти ввічливість, розмовляти тихо і поводити себе спокійно.

5. АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

Враховуючи діюче законодавство ст.42 Закону України «Про вищу освіту» та рекомендації Національного агентства забезпечення якості вищої освіти, що затверджені рішенням від 29 жовтня 2019 року (протокол № 11), вимагаємо від здобувачів вищої освіти чіткого дотримання правил академічної доброчесності.

Дотримання академічної доброчесності здобувачем вищої освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань та завдань з підсумкового контролю результатів навчання; посилення на джерела інформації у разі використання ідей, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності.

Порушенням академічної доброчесності вважається плагіат, списування, обман, фальсифікація тощо.

За порушення академічної доброчесності здобувачі вищої освіти можуть бути притягнені до наступної відповідальності: повторне проходження оцінювання (підсумковий контроль, залік тощо); повторне проходження навчального курсу; відрахування з ЗВО.

6. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Владимирська А. О. Реклама: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів // А. О. Владимирська, Петро О. В. — К. : Кондор, 2019. — 334с.

2. Скочко М. Рекламно-інформаційні технології в контексті соціальної роботи. Актуальні проблеми соціальної роботи: теорія і практика : колективна монографія / І. В. Албул, О. Д. Балдинюк, О. М. Бойко [та ін.] ; за ред. Н. М. Коляди; МОН України, Уманський держ. пед. ун-т ім. Павла Тичини. – Умань : Візаві, 2020 — 243с.

3. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. – К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. – 216 с.

4. Чудовська І. Соціологія реклами: Навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти / Ірина Чудовська. – К. : Каравела, 2019. – 192 с.

5. Рекламний креатив: навчальний посібник / Укладачі: О. І. Вікарчук, О.О. Калініченко, С.М. Ніколаєнко, І.О. Пойта. Житомир: Видавець О. О. Євенок, 2018. – 208 с.

6. Бабко Н.М., Мандич О.В., Севідова І.О., Романюк І.А., Квятко Т.М. Поведінка споживача: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. – 170 с.

7. Діброва Т. Г. Д44 Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник / Т. Г. Діброва, С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. - 300 с.

Допоміжна

1. Бренд-менеджмент. Конспект лекцій. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. -76 с.
2. Процишин Ю.Т., Іванечко Н.Р., Крулевський А.В. Інтернетмаркетинг: email-розсилка в освітній сфері. Проблеми системного підходу в економіці. 2020. -127 с.
3. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. - 508 с.
4. Маркетинговий менеджмент: Опорний конспект лекцій : навч. посіб. / Н. В. Язвінська;. КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. - 37 с.
5. Букреєва О.С., Рибалко І.В. Основи стандартизації та оцінки відповідності. Харків: ХНАДУ, 2019. - 77 с.

7. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Закон України «Про рекламу» від 13 серпня 2020 року. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. http://civic.kmu.gov.ua/civic/control/uk/discussion/ovv/project;jsessionid=ED65E28D0A50BC1DA88E56FC9AB5A116?project_id=110243 - Закон України «Про соціальну рекламу»
3. <http://www.nbu.gov.ua/ejournals/FP/2010-3/10tibrvu.pdf> - Тащишин І. Б. Правові аспекти врегулювання соціальної реклами в Україні
4. <http://iht.univ.kiev.ua/books-iht/comp-tech-osvita.pdf> - Комп'ютерні технології в освіті
5. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
6. Маркетинг: навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] / Зозульов О.В., Царьова Т.О., Гавриш Ю.О.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. – 298 с.
7. Посилання на сторінку освітнього компонента в MOODLE: <http://distance.knmu.edu.ua/course/view.php?id=2384>

8. ІНШЕ

Положення про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин в Харківському національному медичному університеті

http://files.knmu.edu.ua:8181/upload/redakt/doc_uchproc/polog_ad_etyka_text.pdf

Порядок проведення занять з поглибленого вивчення студентами Харківського національного медичного університету окремих дисциплін понад обсяг

навчального плану http://files.knmu.edu.ua:8181/upload/redakt/doc_uchproc/nak-poriad-pogl-vyv-dysc.docx

Положення про Комісію з академічної доброчесності, етики та управління конфліктами ХНМУ

http://files.knmu.edu.ua:8181/upload/redakt/doc_uchproc/polog_komis_ad_text.pdf

Положення про визнання результатів неформальної освіти в Харківському національному медичному університеті

http://files.knmu.edu.ua:8181/upload/redakt/doc_uchproc/polog_neform_osv.pdf

ІНКЛЮЗИВНА ОСВІТА:

<http://www.knmu.kharkov.ua/index.php?>

[option=com_content&view=article&id=7108%3A2021-03-10-14-08-02&catid=12%3A2011-05-10-07-16-32&Itemid=33&lang=uk](http://www.knmu.kharkov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=7108%3A2021-03-10-14-08-02&catid=12%3A2011-05-10-07-16-32&Itemid=33&lang=uk)

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ:

<http://www.knmu.kharkov.ua/index.php?>

[option=com_content&view=article&id=2520%3A2015-04-30-08-10-46&catid=20%3A2011-05-17-09-30-17&Itemid=40&lang=uk](http://www.knmu.kharkov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2520%3A2015-04-30-08-10-46&catid=20%3A2011-05-17-09-30-17&Itemid=40&lang=uk)