

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра медичної та біологічної фізики і медичної інформатики
Навчальний рік 2024-2025

«РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ»

(назва освітнього компонента)

Нормативний чи вибірковий освітній компотнент вибірковий

Форма здобуття освіти заочна
(очна; заочна; дистанційна)

Галузь знань 23 Соціальна робота
(шифр і назва галузі знань)

Спеціальність 231 Соціальна робота
(шифр і назва спеціальності)

Спеціалізація (за наявності) _____

Освітньо-професійна програма Соціальна робота

Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Курс 3

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

Схвалено методичною комісією
ХНМУ з проблем

Протокол від
“26” серпня 2022 року № 8

Протокол від
“___” _____ 20__ року №

В.о. завідувача кафедри



О.В. Зайцева

РОЗРОБНИК СИЛАБУСУ:

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

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

Контактний телефон 068-952-32-05

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» складений відповідно до освітньо-професійної програми (далі – ОПП) «Соціальна робота» та Стандарту вищої освіти України (далі – Стандарт), перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, галузь знань 23 “Соціальна робота”.

Опис освітнього компонента (анотація)

Вивчення освітнього компонент «Рекламно-інформаційні технології» 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 з основними дефініціями та концепціями представлення інформації, формування та вдосконалення у здобувачів освіти навичок використання знань та вмій 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 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 з такими освітніми компонентами, як «Соціальна робота в Україні», «Менеджмент соціальної роботи», «Методи соціальної роботи», «Моніторинг і оцінка в сфері громадського здоров'я».

Пререквізити Вивчення освітнього компонента «Рекламно-інформаційні технології» передбачає попереднє засвоєння кредитів **освітніх компонентів** «Соціальна робота в Україні», «Менеджмент соціальної роботи», «Методи соціальної роботи», «Моніторинг і оцінка в сфері громадського здоров'я».

Постреквізити. Основні положення освітнього компонента «Рекламно-інформаційні технології» можуть бути використані при вивченні фахових освітніх компонентів.

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 напрямку «Рекламно-інформаційні технології», здобуття навичок створення інформаційного продукту, можливість вдосконалювати свої здобутки в галузі медичної, соціальної та рекламної роботи.

1.2. Основними завданнями вивчення освітнього компонента є:

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

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

1.3.1. Вивчення освітнього компонента забезпечує опанування здобувачами освіти компетентностей:

інтегральні:

здатність розв'язувати типові та складні спеціалізовані задачі та 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 та невизначеністю умов та вимог;

загальні:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК13. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети

ЗК14. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

спеціальні (фахові, предметні):

ФК 13. Здатність до розробки та реалізації соціальних проектів і програм.

ФК 14. Здатність до застосування методів менеджменту для організації власної професійної діяльності та управління діяльністю соціальних робітників і волонтерів, іншого персоналу.

ФК 15. Здатність взаємодіяти з клієнтами, представниками різних професійних груп та громад.

ФК 18. Здатність до генерування нових ідей та креативності у професійній сфері.

1.3.2. Вивчення освітнього компонента забезпечує набуття здобувачами освіти наступних програмних результатів навчання (ПРН):

ПРН 6. Розробляти перспективні та поточні плани, програми проведення заходів, оперативно приймати ефективні рішення у складних ситуаціях.

ПРН 16. Застосовувати методи менеджменту для організації власної професійної діяльності та управління діяльністю соціальних робітників і волонтерів, іншого персоналу.

ПРН 23. Конструювати процес та результат соціальної роботи в межах поставлених завдань, використовувати кількісні та якісні показники, коригувати план роботи відповідно до результатів оцінки.

1.3.3. Вивчення освітнього компонента забезпечує набуття здобувачами 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

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь, ОПП	Характеристика освітнього компонента
		заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань <u>23 "Соціальна робота"</u> (шифр і назва)	Вибірковий
Загальна кількість годин – 90	Спеціальність: <u>231 "Соціальна робота"</u> (шифр і назва)	Рік підготовки (курс):
		3-й
Годин для заочної форми навчання: аудиторних – 10 самостійної роботи - 80	Освітній ступінь: <u>перший (бакалаврський)</u> ОПП <u>"Соціальна робота"</u>	Семестр
		6-й
		Лекції
		2 год
		Практичні
		8 год
		Лабораторні
		-
		Самостійна робота
		80 год
Індивідуальні завдання: -		
Вид підсумковою контролю: залік		

2.1 Опис освітнього компонента

2.2.1 Лекції

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Види лекцій
1	Теоретичні основи рекламно-інформаційної діяльності в соціальній сфері. Основні етапи реалізації рекламно-інформаційної кампанії на соціальну тематику.	2	Доповідь з презентацією, демонстрації
	Всього годин	2	

2.2.2 Семінарські заняття

Не передбачено навчальним планом.

2.2.3 Практичні заняття

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Методи навчання	Форми контролю
1	Теоретичні основи рекламно-інформаційної діяльності в соціальній сфері.	2	Дискусія.	Тестовий контроль та усне опитування
2	Введення в інформаційні технології. Інформаційні технології в рекламно-інформаційній діяльності.	2	Дискусія, доповідь.	Тестовий контроль та усне опитування
3	Основні етапи реалізації рекламно-інформаційної кампанії на соціальну тематику.	2	Дискусія, доповідь, презентації	Тестовий контроль та усне опитування. Презентація
4	Художній дизайн в рекламі.	2	Дискусія, доповідь, презентації	Тестовий контроль та усне опитування. Презентація
	Всього годин	8		

2.2.4. Лабораторні заняття

Не передбачено навчальним планом.

2.2.5. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Методи навчання	Форми контролю
1	Історія виникнення та розвитку соціальної реклами.	2	Доповідь, презентація, демонстрація	Усне опитування, презентація.
2	Теоретичні основи рекламно-інформаційної діяльності в соціальній сфері.	8	Доповідь, презентація, демонстрація	Усне опитування, презентація.
3	Введення в інформаційні технології. Інформаційні технології в рекламно-інформаційній діяльності	12	Доповідь, презентація, демонстрація	Усне опитування, презентація.
4	Формування фахівців галузі, їх вплив на розвиток	10	Доповідь, презентація,	Усне опитування,

	рекламно-інформаційних технологій в індустріальному суспільстві.		демонстрація	презентація.
5	Соціальна реклама та її основні аспекти у досвіді зарубіжних країн.	8	Доповідь, презентація, демонстрація	Усне опитування, презентація.
6	Місце рекламно-інформаційних технологій в комунікаційному середовищі світу, України.	8	Доповідь, презентація, демонстрація	Усне опитування, презентація.
7	Основні етапи реалізації рекламно-інформаційної кампанії на соціальну тематику.	10	Доповідь, презентація, демонстрація	Усне опитування, презентація.
8	Художній дизайн в рекламі.	10	Доповідь, презентація, демонстрація	Усне опитування, презентація.
9	Комп'ютерні та мережеві технології в рекламі.	12	Доповідь, презентація, демонстрація	Усне опитування, презентація
	Всього годин	80		

Методи навчання: Практичні методи – практичні заняття; наочні методи – метод демонстрацій; словесні методи - лекція, дискусія; доповіді; відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання – презентації.

Методи контролю (наводяться лише ті, які використовуються під час викладання освітнього компонента):

Поточний контроль: усне опитування (індивідуальне і фронтальне); тестовий контроль; творчі завдання (презентація).

Підсумковий контроль: залік.

3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

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

Поточна навчальна діяльність (ПНД) здобувачів освіти контролюється викладачем академічної групи після засвоєння здобувачами кожної теми освітнього компонента, виставляються оцінки з використанням 4-бальної (національної) системи. За підсумками семестру середню оцінку (з точністю до сотих) за ПНД сть викладач автоматично одержує за допомогою електронного журналу системи АСУ. На прикінці семестру середній бал за ПНД викладачем кафедри переводиться у 200-бальну шкалу.

Перерахунок середньої оцінки за поточну діяльність у багатобальну шкалу (для освітнього компонента, що 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		

Залік – виставляється викладачем академічної групи на прикінці останнього заняття, при умові відсутності академічної заборгованості з лекційних та практичних занять і наявності середнього балу, який $\geq 3,00$ (за 4-бальною шкалою).

Загальна поточна діяльність освітнього компонента визначається як середнє арифметичне балів ПНД, які переводяться у 200-бальну шкалу ЕСТС (табл.).

Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може набрати за вивчення освітнього компонента – 200 балів. Мінімальна кількість балів становить 120.

Одержані здобувачем освіти бали викладач виставляє в індивідуальний план здобувача з відміткою «зараховано» та заповнює відомості успішності за формою У-5.03А .

3.2. Запитання до заліку:

1. Послідовність інформаційних революцій: винайдення мови, писемності, друкарського станка.
2. Нові жанри подання інформації, поява друківаних 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 обробки інформації в галузі соціології.
14. Використання статистичного та математичного апарату для обробки 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.

3.3. Контрольні запитання

1. Вплив релігійної пропаганди Середньовіччя на сприйняття інформації суспільством.
2. Виникнення торговельного знаку, торговельної марки, як прототипів сьогоденного бренду.
3. Засновник друкованої реклами в Європі.
4. Протореклама.
5. Генезис соціальної реклами.
6. Загальна характеристика розвитку соціальної реклами в ХХ ст.
7. Специфіка історичного розвитку вітчизняної соціальної реклами.
8. Об'єкт реклами.
9. Мета реклами.
10. Функції реклами.
11. Класифікація реклами.
12. Роль реклами в житті суспільства.
13. Роль науково-технічної революції у трансформації рекламно-інформаційних технологій.
14. Розвиток виставкової діяльності, як однієї з технологій рекламування продукції та розповсюдження інформації про неї.
15. Системний аналіз даних.
16. Мета, задачі та функції соціальної реклами.
17. Суб'єкт та об'єкт соціальної реклами.
18. Типи та види соціальної реклами.
19. Тематика соціальної реклами.
20. Європейський досвід законодавчого регулювання маркетингових комунікацій.
21. Психологія соціальної реклами.
22. Психологічні аспекти негативної соціальної реклами.
23. Структура та організація рекламного тексту.
24. Соціальний слоган.
25. Усна реклама та її особливості.
26. Радіореклама, її особливості та технологія створення.
27. Зовнішня реклама, її особливості та аналіз факторів ефективності.
28. Плакат як складова і основна частина соціальної реклами.

29. Психологічні та вікові аспекти ефективності реклами та рекламної комунікації.
30. Інформаційна війна.
31. Критичне мислення.
32. Розміщення та поширення соціальної реклами.
33. Інтернет і соціальна реклама.
34. Цільова аудиторія.
35. Мотиви в рекламно-інформаційній продукції.
36. Поняття "Рекламний дизайн".
37. Рекламний образ.
38. Вплив дизайну рекламного продукту.
39. Розповсюдження рекламного продукту через мережі.
40. Інформаційна реклама. Інформаційні війни.
41. Соціальні мережі як феномен сучасності.

3.4. Індивідуальні завдання. Не передбачено навчальним планом.

3.5. Правила оскарження оцінки

Якщо здобувач не згоден з одержаною на занятті оцінкою, він може її оскаржити. В такому разі знання здобувача будуть оцінюватися комісією у складі завідувача або завуча кафедри, незалежного викладача та викладача групи, у якій навчається здобувач.

4. ПОЛІТИКА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Вимоги освітнього компонента (система вимог та правил, які викладач пред'являє до здобувачів вищої освіти при вивченні освітнього компонента).

Для успішного засвоєння освітнього компонента необхідно, щоб здобувач вищої 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.

Відвідування занять та поведінка.

Відвідування практичних занять освітнього компонента є обов'язковим (за виключенням поважних причин). Заняття, пропущене здобувачем з будь-якої причини, має бути відпрацьовано. Неприпустимо запізнюватися на заняття. При спілкуванні з викладачем та оточуючими здобувач повинен виявляти ввічливість, розмовляти тихо і поводити себе спокійно.

Використання електронних гаджетів.

Використання будь-яких електронних гаджетів (смартфонів, годинників, планшетів, ноутбуків тощо) протягом усього заняття строго заборонено, якщо викладач окремо не дозволить їх використання. Якщо викладач бачить, що здобувач порушує цю вимогу, він може видалити здобувача з аудиторії чи навчальної кімнати

Політика щодо осіб з особливими освітніми потребами.

Щодо осіб з особливими потребами вимога дотримання академічної доброчесності застосовується з урахуванням їх індивідуальних потреб і

можливостей.

Рекомендації щодо успішного складання освітнього компонента.

Для успішного складання освітнього компонента здобувач вищої освіти повинен виконати необхідний мінімум навчальної (аудиторної та самостійної) роботи, зазначеної в програмі освітнього компонента. При виставленні оцінки за заняття враховується також старанність, активність при обговоренні теми, швидкість та креативність мислення, наполегливість в навчанні.

Заохочення та стягнення.

Для заохочення особливо активних та наполегливих в навчанні здобувачів їм нараховуються додаткові бали за участь у наукових конференціях, наукових дослідженнях, опитуваннях тощо. За порушення дисципліни (правил поведінки, форми одягу, тощо) та академічної доброчесності під час занять до здобувача можуть бути застосовані стягнення – видалення з заняття, повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо); повторне проходження навчального курсу; відрахування із закладу освіти.

Техніка безпеки.

Під час заняття здобувач повинен дотримуватися правил безпеки життєдіяльності.

При проведенні практичних занять необхідно дотримуватись правил пожежної безпеки, здобувачам необхідно знати місця розташування первинних засобів пожежогасіння (вогнегасника, накидки з вогнезахисної тканини, піску). При виникненні нещасного випадку потерпілий або очевидець, зобов'язані негайно повідомити про це викладача. При несправному комп'ютерів, пристосувань та інструментів слід припинити роботу і також повідомити про це викладача.

Під час заняття здобувачі повинні дотримуватися порядку проведення практичних занять, правил особистої гігієни, прибрати сторонні предмети з робочого місця та забезпечити утримання його в чистоті.

Не рекомендується залишати без нагляду включені електричні пристрої та прилади, в тому числі комп'ютери. Якщо виявлені несправності в роботі електричних пристроїв, які знаходяться під напругою, підвищеному їх нагріванні, іскрінні, появі запаху горілої ізоляції, диму, терміново припинити роботу, вимкнути джерело живлення і повідомити викладача.

5. АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

Враховуючи діюче законодавство ст.42 Закону України «Про освіту» та Закону України «Про вищу освіту», враховуючи рекомендації Національного агентства забезпечення якості вищої освіти, які затверджені рішенням Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти від 29 жовтня 2019 року (протокол № 11), вимагаємо від здобувачів освіти та викладачів чіткого дотримання всіх правил академічної доброчесності. Академічна доброчесність підтримується перевітками робіт здобувачів освіти та викладачів на системі перевірки на антиплагіат, самопосилання.

Обов'язковість вияву самостійності у виконанні практичних завдань, неприпустимість списування під час тестового контролю, коректність

посилань на джерела інформації у разі запозичення ідей, неприпустимість плагіату в письмових роботах та в виступах.

6. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Владимирська А. О. Реклама: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів // Анна Овсіївна Владимирська, Петро Олександрович Владимирський — К. : Кондор, 2019. — 334с.
2. Федоренко, О. В. (2021). Комунікаційні технології в рекламі. Чернівці: Видавництво ЧНУ.
3. Тарасенко, І. В. (2022). Реклама та PR в інтернеті. Київ: Видавництво КНЕУ.
4. Федоренко, О. В. (2021). Комунікаційні технології в рекламі. Чернівці: Видавництво ЧНУ.
5. Карабанова, Л. І., & Сергієнко, Т. В. (2021). Маркетинг у сфері охорони здоров'я. Київ: Видавництво "Медицина".
6. Evans, D., Bratton, S., & McKee, J. (2021). Social Media Marketing: Strategies for Engaging in Facebook, Twitter & Other Social Media (4th ed.). Pearson.

Допоміжна

1. Стеценко, Л. В. (2021). Маркетингові комунікації у медицині. Одеса: Видавництво ОНМУ.
2. Петренко, І. М. (2021). Маркетинг у соціальних медіа. Одеса: Видавництво ОНУ..
3. Правове регулювання реклами і спонсорства в ЗМІ: стандарти ЄС, досвід країн-членів Євросоюзу та українська практика / підготовлено Інститутом прикладних правових досліджень «Право» в рамках проекту «Розробка пропозицій щодо адаптації інформаційного права України до вимоги права ЄС». – К., 2017. – 19 с.
4. Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2021). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (5th ed.). Pearson.

7. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. <http://www.prof.univ.kiev.ua/prof/home/2010-12-22-00-05-45/2-events/571--2015-2025-.html> Концепція розвитку освіти України на період 2015–2025 років. URL :
2. http://civic.kmu.gov.ua/civic/control/uk/discussion/ovv/project;jsessionid=ED65E28_D0A50BC1DA88E56FC9AB5A116?project_id=110243 Проект Закону України «Про соціальну рекламу»
3. <http://www.nbuu.gov.ua/ejournals/FP/2010-3/10tibrvu.pdf> Тацишин 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. <http://kno.rada.gov.ua> – Комітет з питань науки і освіти.

6. www.zakon.gov.ua – сайт Верховної Ради України, законодавча база.
7. www.mon.gov.ua/sms_se – нормативно-методичні матеріали, перелік програм та підручників.
8. Посилання на сторінку освітнього компонента в MOODLE:
<http://distance.knmu.edu.ua/course/view.php?id=2384>

8. ІНШЕ

Положення про запобігання, попередження та врегулювання випадків, пов'язаних із сексуальними домаганнями і дискримінацією у ХНМУ
https://knmu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/polog_sex.pdf

Положення про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин в Харківському національному медичному університеті
https://knmu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/polog_ad-1.pdf

Порядок проведення занять з поглибленого вивчення студентами Харківського національного медичного університету окремих дисциплін понад обсяг навчального плану
https://knmu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/poriad_pogl-vyv_dysc.pdf

Положення про Комісію з академічної доброчесності, етики та управління конфліктами ХНМУ
https://knmu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/polog_komis_ad.pdf

Положення про визнання результатів неформальної освіти в Харківському національному медичному університеті
https://knmu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/polog_neform_osv22.pdf

ІНКЛЮЗИВНА ОСВІТА:

https://knmu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/12/proekt_polog_inkl_navch.pdf

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ:

<https://knmu.edu.ua/akademichna-dobrochesnist/>

https://knmu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/polog_ad-1.pdf