

ОРИГІНАЛ
ПІДПИСАНО

УКРАЇНА
61022, м. Харків, проспект Науки, 4
ХАРКІВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ
МЕДИЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ЗАГАЛЬНИЙ ВІДДІЛ

РОЗРОБНИКИ СИЛАБУСА

1. Рисована Любов Михалівна, доцент ЗВО, доцент, к. т. н.

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

ДАНІ ПРО ВИКЛАДАЧІВ, ЩО ВИКЛАДАЮТЬ ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

Прізвище, ім'я, по батькові, посада, вчене звання, науковий ступінь	Рисована Любов Михайлівна , доцент ЗВО, доцент, кандидат технічних наук
Професійні інтереси, посилання на профайл викладача (на сайті університету, кафедри, в системі Moodle та інше.	Медична та біологічна фізика; медична інформатика; https://knmu.edu.ua/departments/kafedra-medychnoyi-ta-biologichnoyi-fizyky-i-medychnoyi-informatyky/
Контактний телефон	(057)707-73-67
Корпоративна пошта викладача	lm.rysovana@knmu.edu.ua
Консультації	Відповідно до розкладу навчального процесу
Локація	Кафедра медичної та біологічної фізики і медичної інформатики

ВСТУП

Силабус освітнього компонента «Рекламно-інформаційні технології» складено відповідно до Освітньо-професійної програми «Протезування-ортезування» другого (магістерського) рівня за спеціальністю 224 «Технології медичної діагностики та лікування», спеціалізація 224.02 «Протезування-ортезування», галузі знань 22 «Охорона здоров'я».

Опис освітнього компонента (анотація)

Вивчення освітнього компонента «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 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 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 «Українська мова за професійним спрямуванням», «Цифровізація системи ортезування та протезування», «Методологія науково-дослідної роботи».

Пререквізити. Вивчення освітнього компонента «Рекламно-інформаційні технології» передбачає попереднє засвоєння кредитів з освітніх компонентів гуманітарного та фундаментального напрямку.

Постреквізити. Основні положення освітнього компонента «Рекламно-інформаційні технології» можуть застосовуватись при вивченні фахових освітніх компонентів та захисті кваліфікаційної (магістерської) роботи.

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», здобуття навичок створення відповідного 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 охорони здоров'я 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 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 забезпечує опанування здобувачами освіти компетентностей:

інтегральна:

здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та задачі дослідницького та/або інноваційного характеру під час професійної діяльності у сфері протезування-ортезування.

Загальні:

ЗК 03. Здатність до роботи автономно, самостійно розрізняти, формулювати та вирішувати проблеми.

ЗК 04. Здатність до міжособистісної взаємодії, роботи в команді, у т.ч. в міжнародному контексті, мотивації людей та руху до спільної мети.

ЗК 06. Здатність застосовувати сучасні прийоми, методи та засоби розроблення та проєктування протезно- ортопедичних і комплектувальних виробів.

ЗК 07. Здатність обмінюватися знаннями з людьми, які не мають спеціальних знань у цій галузі. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 08. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 14. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

ЗК 15. Навики здійснення безпечної діяльності. Здатність здійснювати безпечну діяльність.

ЗК 16. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 18. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Спеціальні (фахові, предметні):

СК 01. Знання наукової основи предмета, обізнаність у поточних дослідженнях і розробках, а також розуміння зв'язку між наукою та перевіреним досвідом і практичного значення цього.

СК 02. Здатність обирати та застосовувати відповідні методи протезування-

ортезування, які базуються на фундаментальних та доказових технічних процедурах.

СК 05. Здатність ініціювати методологічні технічні вдосконалення процесів роботи ортопедичної майстерні, підвищення ефективності роботи обладнання та застосування специфічних інструментів та засобів

СК 08. Здатність роботи у мультидисциплінарній команді

СК 11. Здатність визначати власну потребу в додаткових знаннях та безперервно розвивати власні навички.

СК 12. Здатність до самостійного прийняття клінічних рішень та використання підходу, орієнтованого на пацієнта, до протезно-ортезних втручань, що охоплюють всі вікові категорії.

СК 22. Здатність розробляти плани і проекти для забезпечення досягнення поставленої певної мети з урахуванням всіх аспектів вирішуваної проблеми, включно із виробництвом, експлуатацією, технічним обслуговуванням та утилізацією.

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

ПРН 2. Знаходити ефективні доказові рішення у професійній діяльності, реалізуючи їх з метою визначення та забезпечення потреб пацієнта у протезуванні або ортезуванні.

ПРН 5. Аргументувати висновки та виявляти зв'язки між сучасними концепціями в організації процесу управління на кожному етапі професійної діяльності.

ПРН 10. Виявляти, узагальнювати та вирішувати проблеми, що виникають в процесі професійної діяльності та формувати почуття відповідальності за виконувану роботу.

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;
- налагоджувати ефективні ділові комунікації;

відповідально ставитися до професійних обов'язків.

2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь, ОПП	Характеристика освітнього компонента
		очна форма навчання
Кількість кредитів – 3,0	Галузь знань: <u>22 «Охорона здоров'я»</u> (шифр і назва)	вибірковий
Загальна кількість годин – 90	Спеціальність: <u>224 «Технології медичної діагностики та лікування»</u> (шифр і назва) Спеціалізація: <u>224.02 Протезування-ортезування</u>	Рік підготовки (курс):
		1-й
		Семестр
		2-й
Годин для очної форми навчання: аудиторних – 40 самостійної роботи – 50	Освітній ступінь: <u>другий (магістерський)</u> <u>рівень вищої освіти</u> ОПП: <u>«Протезування-ортезування»</u>	Лекції: 0 год.
		Практичні заняття: 40 год.
		Лабораторні заняття: 0 год.
		Семінарські заняття: 0 год.
		Самостійна робота: 50 год.
		Індивідуальні завдання: 0 год.
		Вид контролю: Залік

2.1 Опис освітнього компонента

2.1.1 Лекції

Не передбачено навчальним планом.

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	Розвиток реклами та рекламної діяльності	4	розповідь-пояснення, бесіда, презентація, мозковий штурм	усне опитування (індивідуальне і фронтальне); тестовий контроль
2	Теоретичні основи рекламно-інформаційної діяльності	4		
3	Основи інформаційних технологій	4		
4	Реклама та рекламна діяльність в медичній та соціальній сферах	4		
5	Етапи проведення рекламно-інформаційної кампанії	4		
6	Технології впливу на цільову аудиторію під час проведення соціальної рекламно-інформаційної кампанії	4		
7	Інформаційні війни. Інформаційна гігієна	4		
8	Художній дизайн	4		
9	Створення соціального рекламно-інформаційного проєкту	6		
	Підсумковий контроль. Залік.	2		тестовий контроль
	Всього годин	40		

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	самостійне опрацювання рекомендованих джерел літератури	тестовий контроль як складова підсумкового контролю
2	Основні поняття реклами. Рекламна діяльність.	4		
3	Введення в інформаційні технології.	4		
4	Технологічний підхід для розроблення та	6		

	впровадження реклами в медичній та соціальних сферах			
5	Формування фахівців галузі, їх вплив на розвиток рекламно-інформаційних технологій в індустріальному суспільстві.	4		
6	Соціальна реклама та її основні аспекти у досвіді зарубіжних країн.	4		
7	Місце рекламно-інформаційних технологій в комунікаційному середовищі світу, України.	6		
8	Технології впливу на цільову аудиторію під час проведення рекламно-інформаційної кампанії.	6		
9	PR як технологічний метод впливу на цільову аудиторію.	4		
10	Комп'ютерні та мережеві технології в рекламі.	10		
	Всього годин	50		

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 кожної теми дисципліни, виставляються оцінки з використанням 4-бальної (національної) системи. За підсумками семестру середню оцінку (з точністю до сотих) за *ПНД* викладач автоматично одержує за допомогою електронного журналу системи АСУ. На прикінці семестру середній бал за *ПНД* викладачем кафедри переводиться у 200-бальну шкалу.

Таблиця

Перерахунок середньої оцінки за поточну діяльність у багатобальну шкалу

(для освітнього компонента, що завершуються 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 наприкінці 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 визначається як середнє арифметичне балів ПНД, які переводяться у 200-бальну шкалу ЕСТС (табл.).

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

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

Поточна навчальна діяльність (ПНД). Оцінювання успішності здобувачів освіти здійснюється відповідно до Інструкції з оцінювання навчальної діяльності здобувачів вищої освіти в ХНМУ (https://knmu.edu.ua/doc_block_type/instrukcziyi-navchalnogo-proczesu/).

Положення про порядок відпрацювання здобувачами ХНМУ навчальних занять (https://knmu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/pol_por-vidprac-zaniat.pdf).

Незадовільні оцінки відпрацьовуються відповідно до Положення про порядок відпрацювання здобувачами ХНМУ навчальних занять (https://knmu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/pol_por-vidprac-zaniat.pdf).

Пропущені заняття відпрацьовуються відповідно до Положення про порядок відпрацювання студентами ХНМУ навчальних занять (https://knmu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/pol_por-vidprac-zaniat.pdf).

3.2. Питання до заліку:

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.

3.3. Контрольні питання

1. Вплив релігійної пропаганди Середньовіччя на сприйняття інформації суспільством.
2. Виникнення торгівельного знаку, торгівельної марки, як прототипів сьогоденного бренду.
3. Засновник друкованої реклами в Європі.
4. Протореклама.
5. Генезис соціальної реклами.
6. Загальна характеристика розвитку соціальної реклами в XX 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. Радіореklama, 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 освіти не згоден з одержаною на занятті оцінкою, він (вона) може її оскаржити. В такому разі знання здобувача освіти будуть оцінюватися комісією у складі завідувача або завуча кафедри, незалежного викладача та викладача групи, у якій навчається здобувач освіти.

Оскарження результатів підсумкового контролю проводиться у встановленому в ХНМУ порядку (https://knmu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/polog_apel_kontrol.pdf).

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 заняття з дисципліни є обов'язковим (за виключенням поважних причин). Заняття, пропущене здобувачем освіти з будь-якої причини, має бути відпрацьовано. Неприпустимо запізнюватися на заняття. До моменту початку заняття здобувач освіти повинен бути переодягнений у медичний халат. Під час заняття не можна вживати їжу та напої, жувати жуйку, забруднювати поверхні учбових кімнат. При спілкуванні з викладачем та оточуючими здобувач освіти 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 освіти порушує цю вимогу, він може видалити здобувача-порушника 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 цього 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 освіти 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 освіти 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 освіти повинен дотримуватися правил безпеки життєдіяльності.

При проведенні практичних занять необхідно дотримуватись правил пожежної безпеки, здобувачам освіти 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 освіти 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, появи 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. Будь-які порушення принципів академічної доброчесності тягнуть за собою відповідальність у встановленому в ХНМУ порядку (https://knmu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/polog_ad-1.pdf).

6. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Радзішевська Є. Б., Висоцька О. В. Медичні інформаційні системи: світовий досвід: підручник для здобувачів вищої медичної освіти. Харків: ХНМУ, 2024. 100 с.
2. Krawy B.A.Al. Leading Reliable Healthcare. 2021. – 268 p.
3. Shirley D. Project Management for Healthcare. 2nd Edition. 2020. - 280 p.
4. Stewart R. Management of Healthcare. 2020. - 228 p.
5. Winter A., Ammenwerth E., Haux R., Marschollek M., Steiner B., Jahn F. Health Information Systems. Publisher Springer Cham. 2023. - 259 p.
6. Доценко С. І. Організація та системи керування базами даних: Навч. посібник. Харків: Укр ДУЗТ, 2023. - 117 с.
7. Рекламно-інформаційні технології : курс лекцій / Упорядники Стьопкіна А.С., Стьопкін А. В. Слов'янськ: Видво Б. І. Маторіна, 2021. 65 с.

Допоміжна

1. Закони України “Про інформацію”; “Про засоби масової інформації (пресу)”; “Про державну таємницю”; “Про телебачення та радіомовлення”; “Про інформаційні агентства”.
2. Kiel J.M., Kim G.R., Ball M.J. Healthcare Information Management Systems. Publisher Springer Cham. 2022. - 490 p.
3. Challis D., Chesterman J., Lockett R., Stewart K. Care Management in Social and Primary Health Care: The Gateshead Community Care Scheme. 2020. - 224 p.
4. Finkler S.A., Smith D.L. Financial Management for Public, Health and Not-for-

- Profit Organizations. Thad D. Calabrese. 2020. – 218 p.
5. Singha S. Future Healthcare Design. 2019. - 208 p.
 6. Thomas W., Hujala A., Laulainen S., McMurray R.. The Management of Wicked Problems in Health and Social Care. 2019. - 306 p.
 7. Кланца А.І. Охорона здоров'я як структурна складова національної безпеки держави: дис. держ. упр.: 25.00.02. Харків, 2019. - 571 с.
 8. Mastrian K., McGonigle D. Informatics for Health Professionals. Jones & Bartlett Learning; 2nd ed. 2019. - 464 p.

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.nbuv.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: навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] / Зозульов О.В., Царьова Т.О., Гавриш Ю.О.; КПП ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2022. – 298 с.

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