Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Осетинский государственный университет
имени Коста Левановича Хетагурова»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР
А.М. Дигурова
«20» 2020г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Реклама в социальной работе»

Направленность (профиль) «Социальная работа в системе социальных служб»

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Форма обучения – очная

Владикавказ- 2020

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению 39.03.02 Социальная работа, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 г., № 8, учебным планом подготовки бакалавра по направлению 39.03.02 Социальная работа, направленность (профиль) «Социальная работа в системе социальных служб», одобренным Ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» от 30.04.2020 г. протокол № 9 и утвержденным ректором ФГБОУ ВО «СОГУ» Огоевым А.У.

Составитель: к.ист.н., доцент Токаева А.Б

Рабочая программа обсуждена и одобрена на заседании кафедры социальной работы, протокол №8 от «25» марта 2020 г.

Рабочая программа одобрена советом психолого-педагогического факультета, протокол №8 от «27» марта 2020 г.

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу (всего36ч.)

	Очная форма обучения
Курс	3
Семестр	5
Лекции	18
Практические (семинарские) занятия	18
Консультации	
Итого аудиторных занятий	36
Самостоятельная работа	-
Форма контроля	
Зачет	да
Общее количество часов	36

2 Цели освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины- ознакомление студентов со специфическим видом рекламы - социальной рекламой, ее функциональными особенностями, историческими корнями, с основами правового и этического регулирования в области социальной рекламы, формирование компетенций в области целостного, системного представления о процессе производства социальной рекламы.

Задачи курса:

- ознакомление с одной из форм массовых коммуникаций – социальной рекламой, базовых понятий данного курса, основных этапов развития;
- выявление особенностей российской социальной рекламы, а также современных методов и методик исследования общественных явлений и процессов, умения применять их на практике;
- формирование у будущих бакалавров в области рекламы, связей с общественностью, организации работы с молодежью способности осуществлять профессиональную деятельность с учетом социального контекста, общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления рекламной деятельности.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Б1.В.ДВ.14.02

Дисциплина «Реклама в социальной работе» входит в часть программы подготовки бакалавров по направлению 39.03.02 Социальная работа дисциплины по выбору.

Место курса в профессиональной подготовке выпускника. В профессиональной подготовке бакалавров по социальной работе учебный курс «Реклама в социальной работе» занимает важное место, поскольку предполагает получение выпускниками знаний и умений в объеме, достаточном для первичной правовой оценки встречающихся в их работе ситуаций.

Для успешного освоения дисциплины «Реклама в социальной работе» необходимы знания, умения и опыт практической деятельности, полученные на предыдущих этапах обучения.

Дисциплина «Реклама в социальной работе» способствует развитию профессиональных способностей бакалавров, интегрируя полученные ранее знания в целостную картину.

4.Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Коды компетенций	Содержание компетенций
ОК-2	Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ПК-11	Способность к реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП:

Коды компетенций ОПОП	Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП		
	Знать	**Уметь**	**Владеть**
ОК-2	Знать: закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной истории **Код З1(ОК-2)**	Уметь: применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности **Код У1 (ОК-2)** Уметь: грамотно вести научную дискуссию по важнейшим вопросам общей истории социальной работы **Код У2 (ОК-2)**	Владеть: навыками ориентирования в мировом историческом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе **Код В1 (ОК-2)**
ПК-11	**Знать:** основные социальные проблемы. **Код З1(ПК-11)** **Знать:** маркетинговые технологии, их социальные функции, социальные проблемы. **Код З2 (ПК-11)**	**Уметь:** применять маркетинговые технологии для формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов. **Код У1(ПК-11)** **Уметь:** использовать маркетинговые технологии для развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее	**Владеть:** навыками применения маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов. **Код В1 (ПК-11)** **Владеть:** навыками анализа социальных проблем; формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов. **Код В2(ПК-11)**

		специалистов. **Код У1 (ПК-11)**	

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Номер недели	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Литература
		л	пр	Содержание	Часы		
1	**Тема 1 История развития социальной рекламы в западной культуре (ОК-2, ПК-11)** 1. История американской и западноевропейской социальной рекламы Совет по делам рекламы в США. Анализ крупных кампаний по борьбе с табакокурением, наркоманией, за безопасность на дороге и других. Генетические корни западноевропейской социальной рекламы. 2. Социальная реклама в западной культуре. Западноевропейский опыт социальной рекламы. Социальная реклама в Великобритании. Социальная реклама в США. Международные фестивали и форумы современной социальной рекламы. Приоритетные темы социальной рекламы в западной культуре	4	4	-		Конспект, устный опрос, презентация	[1], [2], [3], [4]
2	**Тема 2 История становления социальной рекламы в России. Сравнительные характеристики западной и российской социальной рекламы**(ОК-2, ПК-11) 1. Социальные цели рекламы в различных общественных формациях. 2. Формирование рынка социальной рекламы в современных условиях. История создания цикла «Позвоните родителям», «Дети – не цветы», «Не бойтесь перемен» И. Буренкова.	2	2	-		Конспект, устный опрос, презентация	[1], [2], [3], [4]

	3. Взаимодействие коммерческой, социальной, политической рекламы. 4. Место социальной рекламы в рекламном процессе России в XX–XXI века.						
3-	**Тема 3 Цели, функции и виды социальной рекламы**(ОК-2, ПК-11) 1. Виды социальной рекламы 2. Цели и задачи социальной рекламы 3. Специфика социальной рекламы 4. Влияние социальной рекламы 5. Функции социальной рекламы 6. Методы реализации социальной рекламы	2	2	-		Конспект, устный опрос, презентация	[1], [2], [3], [4]
4	**Тема 4 Типичная проблематика социальной рекламы**(ОК-2, ПК-11) 1. Темы социальной рекламы 2. Заказчики социальной рекламы 3. Размещение социальной рекламы	2	2	-		Конспект, устный опрос, презентация	[1], [2], [3], [4]
5	**Тема 5 Особенности основных видов и жанров социальной рекламы**(ОК-2, ПК-11) 1. Понятие рекламного текста жанровая характеристика рекламы в СМИ 2. Радиореклама 3. Разновидности рекламных жанров на телевидении 4. Жанры интернет-рекламы 5. Сравнительный анализ журналистских и рекламных жанров	2	2	-		Конспект, устный опрос, презентация	[1], [2], [3], [4]
6	**Тема 6 Эффективность воздействия социальной рекламы** (ОК-2, ПК-11) 1. Эффект и эффективность социальной рекламы 2. Просчитываемые и непросчитываемые последствия воздействия социальной рекламы. Применимость	2	2	-		Конспект, устный опрос, презентация	[1], [2], [3], [4]

	понятия «эффективность» к социальной рекламе. Социальный эффект рекламы. 3. Опасные последствия недобросовестной, некомпетентной социальной рекламы. 4. Факторы положительного восприятия рекламного сообщения и механизмы «отторжения». Доверие к источнику информации.						
7	**Тема 7 Основные функции государства в сфере социальной рекламы**(ОК-2, ПК-11) 1. Государство и социальная реклама 2. Социальная реклама и пропаганда 3. Основные темы социальной рекламы и процент рекламных расходов в России 4. Основные участники процесса становления российской социальной рекламы 5. Правовое регулирование социальной рекламы Комиссия по социальной рекламе	2	2	-		Конспект, устный опрос, презентация, контрольная работа	[1], [2], [3], [4]
8	**Тема 8 Роль социальной рекламы в жизни общества** (ОК-2, ПК-11) 1. Роль социальной рекламы в консолидации российского общества 2. Проблемы и преимущества социальной интернет-рекламы как механизма социального управления 3. Исследование современного состояния рынка интернет-рекламы 4. Интернет как средство социальной рекламы	2	2	-		Конспект, устный опрос, презентация	[1], [2], [3], [4]
	Итого	**18**	**18**		**-**		

Примечание:

Отдельные виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

При использовании индивидуальных образовательных траекторий в рамках индивидуального учебного плана подготовки специалиста изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте, а также с использованием платформы дистанционного обучения Moodle, личный кабинет студента на сайте СОГУ, других элементов ЭИОС СОГУ

6. Образовательные технологии

Традиционные лекции и практические (семинарские) занятия в форме с использованием современных интерактивных технологий.

Лекция-диалог – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.

Онлайн-семинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника.

Видеоконференция – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

Видео-лекция – снятая на камеру сокращенная лекция, дополненная фотографиями и схемами, иллюстрирующая подаваемый в лекции материал.

Презентация – студент готовит краткое сообщение по вопросу темы, оформляет работу в соответствии с рекомендациями по созданию и оформлению презентаций и сдает ее преподавателю.

Технология электронного обучения (реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного тестирования и т. д.).

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

− систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;

− углубления и расширения теоретических знаний;

− формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;

− формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;

− развития исследовательских умений.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется на протяжении изучения всей дисциплины в соответствии с утвержденной в учебном плане трудоемкостью (для очной формы обучения – не предусмотрено в учебном плане, для заочной формы –30 часов) и состоит из:

- работы студентов с лекционными материалами, поиска и анализа литературы и электронных источников информации по заданной теме;
- выполнения заданий для самостоятельной работы в ЭИОС СОГУ;
- изучения теоретического, правового и статистического материала для подготовки к семинарским занятиям;
- выполнения презентации;
- выполнение контрольной работы;
- подготовки к зачету.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5

Методические рекомендации по дисциплине прилагаются.

Методические указания по проведению практических занятий по дисциплине «социальная работа в пенитенциарных учреждениях»

Практические занятия призваны научить студента самостоятельно работать с учебными текстами, анализировать материал. В начале занятия рекомендуется рассмотреть соответствующий теоретический материал. Затем идет практический разбор изучаемого материала, решаются задачи из практикума, разбирается каждый конкретный пример.

В начале практического занятия следует обратить внимание на теоретические вопросы по теме занятия. Первоначально идет изложение теоретического материала темы занятия. Затем в ряде вопросов преподавателя следует сконцентрировать внимание на основных идеях темы занятия. Вопросы должны включать в себя различные вариации элементарных ситуаций, отображающих основные идеи темы занятия в их взаимной взаимосвязи. Задаваемые вопросы должны быть конкретными и максимально проявлять в студентах их сообразительность.

Устный опрос требует от преподавателя большой предварительной подготовки: тщательного отбора содержания, всестороннего продумывания вопросов, задач и примеров, которые будут предложены, путей активизации деятельности всех студентов группы в процессе проверки, создания на занятии деловой и доброжелательной обстановки.

Различают фронтальный, индивидуальный и комбинированный опрос.

Фронтальный опрос проводится в форме беседы преподавателя с группой.

Он органически сочетается с повторением пройденного, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что на активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически взаимосвязанными друг с другом, даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание раздела, темы. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность проверить выполнение студентами домашнего задания, выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить сформированность основных понятий, усвоение нового учебного материала, который был только что разобран на занятии.

Индивидуальный опрос предполагает обстоятельные, связные ответы студентов на вопрос, относящийся к изучаемому учебному материалу, поэтому он служит важным учебным средством развития речи, памяти, мышления студентов. Чтобы сделать такую проверку более глубокой, необходимо ставить перед студентами вопросы, требующие развернутого ответа.

Вопросы для индивидуального опроса должны быть четкими, ясными, конкретными, емкими, иметь прикладной характер, охватывать основной, ранее пройденный материал программы. Их содержание должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать, доказывать, подбирать убедительные примеры, устанавливать причинно-следственные связи, делать обоснованные выводы и этим способствовать объективному выявлению знаний студентов.

Вопросы обычно задают всей группе и после небольшой паузы, необходимой для того, чтобы студенты поняли его и приготовились к ответу, вызывают для ответа конкретного студента.

Письменная проверка наряду сустной является важнейшим методом контроля знаний, умений и навыков студентов. Однородность работ, выполняемых студентами, позволяет предъявлять ко всем одинаковые требования, объективно оценить результаты обучения. Применение этого метода дает возможность в наиболее короткий срок одновременно проверить усвоение учебного материала всеми студентами группы, определить направления для индивидуальной работы с каждым.

Письменная проверка используется во всех видах контроля и осуществляется как в аудиторной, так и во внеаудиторной работе (выполнение домашних заданий).

Контрольная работа выполняется студентом самостоятельно. Процесс подготовки и написания контрольной работы способствует формированию у студента приемов самостоятельного научного и практического подхода к изучению дисциплины, повышению теоретической подготовки, более полному усвоению излагаемого материала, применению его на практике. Основными целями написания контрольной работы являются: расширение и углубление знаний студента, выработка приемов и навыков в анализе теоретического и практического материала, а также обучение логично, правильно, ясно, последовательно и кратко излагать свои мысли в письменном виде.

Методические рекомендации по использованию информационно-коммуникативных технологий обучения

Для изучения лекционного материала дисциплины применяются аудиовизуальные (мультимедийные) технологии, которые не отрицают традиционные, проверенные временем методы преподавания, но, при этом, они повышают наглядность, информативность, оперативность в подаче информации, позволяют экономить время занятий.

Каждое семинарское занятие имеет свою особую форму проведения, свою методологическую специфику, что позволяет развивать у студентов различные как общекультурные, так и профессиональные компетенции. Постановка проблемы, разбор актуальных конкретных и гипотетических ситуаций, создание атмосферы диалога между преподавателем и группой позволяет работать индивидуально и в малых группах, коллективно обсуждать определенный темами материал, а также инициировать самостоятельную работу студентов. При осмыслении содержания вопросов практических занятий преследуется цель соблюдать преемственность в профессиональном и в творческом развитии студентов.

Контроль самостоятельной работы студентов призван сделать процесс обучения более целостным и органичным. Его задача не оставить без внимания даже, на первый взгляд, малозначительные вопросы.

Компьютерное тестирование позволяет осуществлять итоговый контроль знаний студентов. Тестовый материал включает в себя содержание вопросов по каждому из обозначенных программой разделов.

Каждый вопрос предполагает несколько вариантов ответов, среди которых имеются абсолютно неверный, правильный и в большей или меньшей степени раскрывающий сущность вопроса. В процессе компьютерного тестирования задача студентов определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов. В тестовых заданиях есть вопросы на соответствие. В процессе компьютерного тестирования, задача студента определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов.

Вопросы и темы, отводимые на выполнение самостоятельной работы по дисциплине, а также критерии оценивания по каждому виду работы содержатся в разделе 8 РПД.

Методические рекомендации по созданию мультимедийной презентации

Структура, содержание и дизайн компьютерной презентации – это личное творчество автора.

Слайды желательно не перегружать текстом, лучше разместить короткие тезисы, убрав вводные слова, даты, имена, термины и т.п. На слайдах необходимо демонстрировать небольшие фрагменты текста доступным для чтения на расстоянии шрифтом (количество слов на слайде не должно превышать 40); 2-3 фотографии или рисунка.

Наиболее важный материал лучше выделить.

Таблицы с цифровыми данными плохо воспринимаются со слайдов, в этом случае цифровой материал, по возможности, лучше представить в виде графиков и диаграмм.

Не следует излишне увлекаться мультимедийными эффектами анимации. Особенно нежелательны такие эффекты как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста и т.д. Оптимальная настройка эффектов анимации – появление, в первую очередь, заголовка слайда, а затем — текста по абзацам. При этом если несколько слайдов имеют одинаковое название, то заголовок слайда должен постоянно оставаться на экране.

Чтобы обеспечить хорошую читаемость презентации необходимо подобрать темный цвет фона и светлый цвет шрифта. Нельзя также выбирать фон, который содержит активный рисунок.

Желательно подготовить к каждому слайду заметки по докладу (Вид — страницы заметок). Затем распечатать их (Печать — печатать заметки) и использовать при подготовке или на самой презентации. Можно распечатать некоторые ключевые слайды в качестве раздаточного материала.

Необходимо обязательно соблюдать единый стиль оформления презентации и обратить внимание на стилистическую грамотность (отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок).

Пронумеруйте слайды. Это позволит быстро обращаться к конкретному слайду в случае необходимости.

Рекомендации по содержанию слайдов мультимедийной презентации:

1-й слайд (титульный), на фоне которого конкурсант представляет тему проекта, фамилию, имя автора (ов) и научного руководителя.

Фоном данного слайда не обязательно должен быть цвет, намного информативнее может выглядеть изображение, заставляющее зрителя сразу окунуться в суть исследования. Это заранее настраивает на тему и вызывает интерес слушателей.

2-й слайд. Включает в себя объект, предмет и гипотезу исследования.

3-й слайд. Содержит цель и задачи исследования. Цель проекта должна быть написана на экране крупным шрифтом (не менее кегля 22). Здесь же, если позволяет место, можно написать и задачи. Задачи могут быть представлены и на следующем слайде.

4-й - … слайд. Содержит структуру работы, которую можно предоставить, например, в виде графических блоков со стрелками. А также – перечисление применяемых методов и методик.

5-й - … слайд. Представляется содержание и теоретическая значимость проекта. Суть решаемой проблемы может быть представлена в виде схем, таблиц, диаграмм, графиков, фотографий, фрагментов фильмов и т.п. Необходимо следить за тем, чтобы содержание соответствовало изображению. На теоретическую часть представления проекта должно быть создано несколько слайдов.

6-й - … слайд. Возможности применения результатов работы на практике. Эта часть проекта должна быть достойно представлена в презентации, особенно, при наличии эксперимента. На эту тему также должно быть несколько слайдов.

7-й слайд. Главные выводы, итоги, результаты проекта целесообразно поместить на отдельном слайде. При этом не следует перечислять то, что было сделано, а лаконично изложить суть практической, экономической, социальной или иной значимости проекта или полученных результатов исследования.

Последний слайд. В конец презентации желательно поместить титульный слайд, что позволит вести дискуссию не на фоне черного экрана или текста «Спасибо за внимание!».

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочая программа предусматривает проведение лекционных и практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу студентов по подготовке презентаций, контрольные работы, обсуждений по темам дисциплины - работу в активной и интерактивной формах.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают опросы на семинарских и практических занятиях, а также короткие (до 15 мин.) задания, выполняемые студентами в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Рубежный контроль осуществляется по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится два таких контрольных мероприятия по графику.

Вопросы при устном опросе на семинарском занятии
(ОК-2, ПК-11)

1. Роль социальной рекламы в коммуникациях современного общества.
2. Социальная реклама и ее роль в механизмах саморегуляции общества.
3. Влияние социальной рекламы на жизнь личности, социальных групп и общества.
4. Идеи и инновации современной социальной рекламы.
5. Социальная реклама как диагностика общественного мнения.
6. Проблемы этики в социальной рекламе.
7. Социальная реклама и средства массовой информации.
8. Традиции социальной рекламы в различных обществах.
9. Социальная и политическая реклама.
10. Рекламная деятельность как явление экономики, социальной психологии и культуры.
11. Психологические основы рекламной коммуникации.
12. Социальная реклама как средство психологического воздействия.
13. Влияние стереотипов на восприятие содержания социальной рекламы.
14. Социальная реклама как элемент национальной культуры.
15. Проблема отношения общества к социальной рекламе.
16. Шок как прием социальной рекламы.
17. Юмор как прием социальной рекламы.
18. Манипулятивные приемы в социальной рекламе.
19. Правовое регулирование и этическое саморегулирование в социальной рекламе: международный и российской
20. Этические проблемы использования социальной тематики в коммерческой рекламе.
21. Социальная тематика в корпоративной рекламе.
22. Социальные проекты как технология создания репутационного капитала компании (бренда).

Критерий оценки устного и письменного ответа
на практическом занятии

Оценка	Критерии
5	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью раскрыта в ответе тема, ответ структурирован, даны правильные аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется высокий уровень участия в дискуссии.
4	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью раскрыта в ответе тема, даны правильные, аргументированные ответы на уточняющие вопросы, но имеются неточности, при этом ответ неструктурирован и демонстрируется средний уровень участия в дискуссии.
3	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется низкий уровень участия в дискуссии, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия.
2	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, демонстрируется слабое владение категориальным аппаратом, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, участие в дискуссии отсутствует, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия.

Презентации составляются по темам дисциплины курса
(ОК-2, ПК-11)

1. Социальная реклама: СПИД и круг проблем.
2. Благотворительность и сбор пожертвований.
3. Антитабачная реклама.
4. Рекламные акции против наркотиков.
5. Борьба за безопасность на дороге в социальной рекламе.
6. Антирасовая реклама.
7. Защита окружающей среды в рекламе.
8. Тема охраны здоровья в социальной рекламе.
9. Реклама Greenpeace.
10. Образ пожилого человека в зарубежной и отечественной социальной и коммерческой рекламе (сравнительный анализ).
11. Защита ребенка - темы социальной рекламы.
12. Насилие и агрессивность в обществе и в рекламе.
13. Шок как прием социальной рекламы.
14. Юмор как прием социальной рекламы.
15. Манипулятивные моменты в социальной рекламе.
16. Этические проблемы использования социальной тематики в коммерческой рекламе.
17. Социальная тематика в корпоративной рекламе.

Студент имеет право предложить свою тему в рамках дисциплины «Реклама в социальной работе»

Критерии оценивания студента за подготовку презентации

Критерии / баллы	**4 балла**	**3 балла**	**2 балл (требует доработки)**	**1 балл**
Содержание презентации	Четко сформулирована цель и раскрыта тема исследования. В краткой форме дана полная информация по теме исследования и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы	Сформулирована цель и тема исследования. Частично изложена информация по теме исследования и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	Сформулирована цель и тема исследования. Содержание полностью не раскрыто. Информация неточна. Проблема до конца не решена. Не даны ссылки на используемые ресурсы	Не сформулирована цель и тема исследования. Проблема не решена
Дизайн презентации	Соблюдается единый стиль оформления. Презентация красочная и интересная.используются эффекты анимации, фон, фотографии. В презентации присутствуют авторские находки	Соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Используются некоторые эффекты и фон.	Не соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Эффекты и фон не используются.	Не соблюдается стиль оформления. Слайды просты в понимании

Представление презентации	Автор хорошо владеет материалом по теме исследования. Использует научную терминологию. Обладает навыками ораторского искусства. Полно и точно цитируется использованная литература	Автор владеет материалом по теме исследования, но не смог заинтересовать аудиторию. Недостаточно цитируется литература	Автор не показал компетентности в представлении презентации.используемые факты не вызывают доверия. Недостаточно цитируется литература	Представлены искаженные данные

Критерии оценки выполнения письменной контрольной работы:

3 балла – студент полностью правильно в раскрытии вопроса
2 балла – студент допускает 1 ошибку в раскрытии вопроса
1 балл – студент допускает более 3 ошибок в раскрытии вопроса

Примерные задания для письменной контрольной работыпо дисциплине «Реклама в социальной работе» (ПК-11)

Вариант 1.

1. Расскажите о Рекламном Совете в России, для чего он создан и чем занимается.
2. Назовите наиболее известных создателей социальной рекламы в России. Проанализируйте их работы.
3. Какие крупные рекламные кампании социальной рекламы (зарубежные или отечественные) вы знаете?
4. Основные положения Закона РФ «О рекламе», нормативных документов, касающихся непосредственно производства и распространения социальной рекламы.
5. Условия размещения социальной рекламы в средствах массовой информации.

Вариант 2.

1. Международный опыт правового и этического регулирования в области социальной рекламы.
2. Назовите образцы социальной рекламы высокого художественного уровня. Определите критерии.
3. Эффективность в социальной рекламе. Социальный эффект рекламы.
4. Аудитория социальной рекламы. Приведите примеры зависимости содержания социальной рекламы от ее потенциальной и целевой аудитории.
5. Методы изучения мотивов и потребностей потребителей рекламной продукции.

Промежуточный контроль - итоговая оценка знаний студента, осуществляется по накопительной системе суммированием баллов, полученных в процессе текущего и рубежного контроля.

Форма промежуточного контроля – зачету.

Проведение текущего и промежуточного контроля по дисциплине осуществляется в соответствии с Положением СОГУ.[1]

[1] Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, магистратуры и специалитета в СОГУ.(в действующей редакции)

БАЛЛЬНАЯ СТРУКТУРА ОЦЕНКИ

Форма контроля	Макс. кол-во баллов
Текущая оценка студента в течение 1 модуля состоит из:	25
• Выполнения заданий на практических занятиях	10
• Самостоятельных работ	15
1-я рубежная письменная контрольная работа	25
Текущая оценка студента в течение 2 модуля состоит из:	25
• Выполнения заданий на практических занятиях	10
• Самостоятельных работ	15
2-я рубежная письменная контрольная работа	25
Итого	**100**

Методика формирования результирующей оценки.[2]

В ходе текущего контроля студенты могут набрать 0-100 баллов:

1 –я рубежная аттестация - максимально 50 баллов; из них:

От 0 до 25 баллов – тестирование в центре тестирования СОГУ;

От 0 до 25 баллов – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях

2-я рубежная аттестация – максимально 50 баллов; из них:

От 0 до 25 баллов – тестирование в центре тестирования СОГУ;

От 0 до 25 баллов – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях

Промежуточный контроль:

Для зачета:

За устный ответ на зачете студент получает 0-50 баллов.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 56-100 баллов автоматически получают «Зачет».

Вопросы для подготовки к зачету

(ОК-2, ПК-11)

1. Социальная реклама: СПИД и круг проблем.
2. Благотворительность и сбор пожертвований.
3. Антитабачная реклама.
4. Рекламные акции против наркотиков.
5. Борьба за безопасность на дороге в социальной рекламе.
6. Реклама против расизма.
7. Защита окружающей среды в рекламе.
8. Антиядерная реклама.
9. Тема охраны здоровья в социальной рекламе.
10. Разные тактики ведения боя против пьянства (разбор рекламных кампаний).
11. Реклама Greenpeace.
12. Образ пожилого человека в зарубежной и отечественной социальной и коммерческой рекламе (сравнительный анализ).
13. Защита ребенка – темы социальной рекламы.
14. Насилие и агрессивность в обществе и в рекламе.
15. Шок как прием социальной рекламы.
16. Юмор как прием социальной рекламы.
17. Манипулятивные приемы в социальной рекламе.

[2] В соответствии с Положением о БРС оценивания обучающихся очной формы по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и специалитета в ФГБОУ ВО СОГУ (в действующей редакции)

18. Правовое регулирование и этическое саморегулирование в социальной рекламе: международный и российской опыт.
19. Анализ социальной рекламы фестиваля «Каннские Львы» последних лет.
20. Анализ социальной рекламы Московского международного фестиваля рекламы последних лет.
21. Этические проблемы использования социальной тематики в коммерческой рекламе.
22. Социальная тематика в корпоративной рекламе.
23. Социальные проекты как технология создания репутационного капитала компании (бренда).
24. Корпоративная социальная ответственность и PR-активность: разнообразие проектов.
25. Реклама и ценностные ориентации общества.
26. Роль социальной рекламы в коммуникационном пространстве.

Оценивание ответа студента на зачете

Характеристика ответа	***баллы***
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.	46-50
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.	41-45
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	36-40
Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1–2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	31-35
Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	26-30
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	21-25
Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.	1-20
Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины.	0

Зачет проводится в устной форме.

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 55 баллов)	**«Минимальный уровень» (56-70 баллов)**	**«Средний уровень» (71-85 баллов)**	**«Высокий уровень» (86-100 баллов)**
Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.	*Компетенции сформированы.* Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	*Компетенции сформированы.* Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	*Компетенции сформированы.* Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокийуровеньсамостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
Описание критериев оценивания			
Обучающийся демонстрирует: - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.	Обучающийся демонстрирует: - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.	Обучающийся демонстрирует: - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. -способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам.	Обучающийся демонстрирует: - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; -свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.

		Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах.	
не зачтено	**«зачтено»**	**«зачтено»**	**«зачтено»**

Критерии оценивания результатов рубежного тестирования

Всего в тесте 25 вопросов. За каждый правильный ответ ставится 1 балл.

Примеры тестовых заданий по дисциплине

(ОК-2, ПК-11)

1. Миссия социальной рекламы:
А. укрепление государственного строя;
Б. устранение политических разногласий;
В. продвижение интересов третьего сектора;
Г. изменение поведенческих моделей в обществе.

2. Когда появилась первая социальная реклама:
А. в конце XIX века;
Б. в начале XX века;
В. в период Первой мировой войны;
Г. в период Второй мировой войны.

3. Федеральный Закон «О рекламе» был принят в:
А. 2004 г.;
Б. 2005 г.;
В. 2006 г.;
Г. 2007 г.

4. Кто является автором плаката «Ты записался добровольцем?»
А. В.Дени;
Б. Д.Моор;
В. Э.Лисицкий;
Г. И.Тоидзе.

5. Отметьте девиз первого российского ролика социальной рекламы:
А. «Позвоните родителям»;
Б. «Верю. Люблю. Надеюсь»;
В. «Кто умен, а кто дурак! Один за книгу, другой в кабак»;
Г. «Берегите природу!»

6. Отметьте номер статьи «Социальная реклама» в ФЗ «О рекламе»:
А. 9;
Б. 10; В. 11; Г. 12.

7. «Заплати налоги и спи спокойно» - это:
А. общественная реклама;
Б. политическая реклама;

В. социальная реклама;
Г. государственная реклама.

8. Кто является автором плаката «Родина-мать зовет!»:
А. В.Дени;
Б. Д.Моор;
В. Э.Лисицкий;
Г. И.Тоидзе.

9. Что является предметом социальной рекламы:
А. товар, услуга;
Б. общественная идея;
В. организация;
Г. бренд.

10. Конструктивистский стиль плаката доминировал в период:
А. Великой Отечественной войны;
Б. в 1930-е годы;
В. в послевоенный период;
Г. в 1920-е годы.

11. Кто является автором плаката «Клином красных бей белых!»:
А. В.Дени;
Б. Д.Моор;
В. Э.Лисицкий;
Г. И.Тоидзе.

12. К функциям социальной рекламы не относится:
А. воспитательная;
Б. информационная;
В. экономическая;
Г. развлекательная.

13. Расставьте следующие этапы рекламной кампании в порядке очередности:
А. выбор рекламных средств и носителей социальной рекламы;
Б. осуществление рекламной кампании;
В. определение целевой аудитории;
Г. ситуационный анализ;
Д. разработка рекламных сообщений;
Е. оценка эффективности.

14. Слово или выражение, употребляемое в переносном значении на основе сходства в каком-либо отношении двух предметов или явлений:
А. метафора;
Б. троп;
В. гипербола.

9.Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Литература:

а) основная литература:

1. Антипов, К.В. Основы рекламы : учебник / К.В. Антипов. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031

б) дополнительная литература:

2. Шевченко Д.А., Основы современного маркетинга : Учебник для бакалавров / Шевченко Д.А. - М. : Дашков и К, 2018. - 604 с. - ISBN 978-5-394-03683-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394036835.html - Режим доступа : по подписке.

3. Федеральный закон Российской Федерации от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 18.07.2011, с изм. от 21.11.2011) «О рекламе» (с изм. и доп., вступающими в силу с 15.08.2011) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=116655

4. Федеральный закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 11.07.2011) «О средствах массовой информации» (с изм. и доп., вступающими в силу с 10.11.2011) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=115132

<u>в) современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные образовательные ресурсы</u>

1. Информационно-правовой портал «Гарант» (http://www.garant.ru/)
2. Справочная правовая система КонсультантПлюс (http://www.consultant.ru/)
3. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – URL: http://www.elibrary.ru.
4. База данных «ЭБС elibrary»: http://elibrary.ru
5. Университетская библиотека online [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: http://www.biblioclub.ru.
6. Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. –URL: http://biblio-online.ru.
7. *ЭБС*"Консультант студента" (https://www.studmedlib.ru.)
8. -https://www.rsvpu.ru/
9. -https://www.ulsu.ru/media/documents
10. https://socialpol.ru/otvety-k-ekzamenu-po-socialnoj-rabote-socialnye-sluzhby-tipy-struktura-osobennosti.html
11. http://www.consultant.ru/document/cons_doc
12. http://soc-education.ru/wp-content/uploads/
13. http://base.safework.ru/
14. http://www.solnyshko.ee
15. http://www.members.cbn.blago.ru
16. http://www.init.blago.ru
17. http://www.hematolog.vinchi.ru
18. http://www.netadd.narod.ru
19. http://www.bobruinsk.by/hope/
20. http://www.asi.org.ru
21. http://www.nashi-deti.ru
22. http://www.aids.ru
23. http://www.deti.msk.ru
24. http://www.murzik.ru

25. http://www.charity.blago.ru
26. http://www.orphan.blago.ru
27. http://www.deti.blood.ru
28. http://www.deton.blood.ru
29. http://www.advita.ru
30. http://www.good.cnt.ru
31. http://www.greenpeace.ru
32. http://www.sos.ru
33. http://www.blago.ru/ca
34. http://www.sci.smolensk.ru/users/invalid/
35. http://www.blago.ru
36. http://www.sbornet.ru
37. http://www.ngo.ru
38. http://www.trainet.org
39. http://www.coca.com2com.ru/no-smoke/
40. http://www.nosmoke.chat.ru
41. http://www.floop.h1.ru
42. http://www.nosmoking.ru
43. http://www.vi.citiline.ru/paravozov.-news/15aug98.html
44. http://www.pravda-1276.narod.ru/smoking.htm
45. http://www.narcom.ru
46. http://www.problema.spb.ru

10.Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: преподавательский стол, стул. Столы обучающихся, стулья, кафедра, шкаф, классная доска, мел. Ноутбук; встроенные в ноутбук веб-камера с микрофоном; колонки, переносной мультимедийный проектор, демонстрационные и учебно-наглядные пособия (видеопрезентация). Программное обеспечение:Windows 8.1 Professional; OfficeStandard 2010; Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»; Антивирусное программное обеспечение KasperksyTotalSecurity; Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»; Консультант Плюс; Гарант; Moodle; Презентации MicrosoftOfficePowerPoint, Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО СОГУ (http://lms.nosu.ru/login/index.php).	Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина/Церетели, д. 19/16, учебный корпус №10,. ауд. 411
Учебная аудитория для занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: преподавательский стол, стул. Столы обучающихся, стулья, кафедра, шкаф, классная доска, мел. Ноутбук, встроенные в ноутбук веб-камера с микрофоном, колонки, переносной мультимедийный проектор, демонстрационные и учебно-наглядные пособия (видеопрезентация). Программное обеспечение:Windows 8.1 Professional; OfficeStandard 2010; Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»; Антивирусное программное обеспечение KasperksyTotalSecurity; Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»; Консультант Плюс; Гарант; Moodle, Презентации MicrosoftOfficePowerPoint, Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО СОГУ (http://lms.nosu.ru/login/index.php).	Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина/Церетели, д. 19/16, учебный корпус №10,. ауд. 411

Лаборатории - компьютерные классы: преподавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска, переносной мультимедийный проектор; демонстрационные и учебно-наглядные пособия (видеопрезентация); колонки, ПК преподавателя, ПК обучающихся, программное обеспечение: Windows 7.1 Professional; OfficeStandard 2016; WinRar; MicrosoftVisio; MicrosoftVisualstudio; KasperskySecurityCloud; Презентации MicrosoftOfficePowerPoint, Консультант Плюс, Гарант, Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний», Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ».	Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина/Церетели, д. 19/16, учебный корпус №10,. ауд. 411, 811, 409
Помещения для самостоятельной работы: **- компьютерные классыс доступом к ресурсам сети Интернет**: преподавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска, переносной мультимедийный проектор; демонстрационные и учебно-наглядные пособия (видеопрезентация); колонки, ПК преподавателя, ПК обучающихся, программное обеспечение: Windows7.1 Professional; OfficeStandard 2016; WinRar; MicrosoftVisio; MicrosoftVisualstudio; KasperskySecurityCloud; Презентации MicrosoftOfficePowerPoint, КонсультантПлюс, Гарант, Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний», Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ **- библиотека, в том числе читальный зал:** столы, стулья, стеллажи с книгами, ПК для обучающихся, программное обеспечение, учебные и научные фонды библиотеки СОГУ, доступ к электронным библиотечным ресурсам: ЭБС "Университетская библиотека Online"http://www.biblioclub.ru Электронная библиотека диссертаций РГБ (ЭБД РГБ) https://dvs.rsl.ru Электронная библиотека «Консультант студента»http://www.studmedlib.ru/ Научная электронная библиотека eLibrary.ruhttp://elibrary.ru База данных «ЭБС elibrary»http://elibrary.ru Электронная библиотека «Юрайт»http://biblio-online.ru	Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина/Церетели, д. 19/16, учебный корпус №10,. ауд. 409, 811 Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина/Церетели, д. 19/16, учебный корпус №10

11. Лист обновления/актуализации

Программа актуализирована в части литературы и материально-технического обеспечения дисциплины