

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



Дигурова
020г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Реклама в социальной работе»

Направление 39.03.02 Социальная работа

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

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Форма обучения – заочная

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 05.02.2018 г., № 76, 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 (всего 36ч.)

| | Заочная форма обучения |
|------------------------------------|------------------------|
| Курс | 3 |
| Семестр | 5 |
| Лекции | 2 |
| Практические (семинарские) занятия | 4 |
| Консультации | |
| Итого аудиторных занятий | 6 |
| Самостоятельная работа | 30 |
| 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 освоения дисциплины «Реклама в социальной работе» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Этические основы социальной работы», «Деонтология социальной работы», «Социальная работа».

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

| Обобщенная трудовая функция | Трудовые функции |
|--|---|
| Деятельность по предоставлению социальных услуг, мер социальной поддержки и государственной социальной помощи А 6 | Выявление граждан, оказавшихся в трудной жизненной ситуации А/01.6 |
| | Определение объема, видов и форм социального обслуживания и мер социальной поддержки, в которых нуждается гражданин для преодоления трудной жизненной ситуации либо предупреждения ее возникновения А/02.6 |
| | Организация социального обслуживания получателей социальных услуг с учетом индивидуальной программы предоставления социальных услуг, индивидуальных потребностей и обстоятельств, по которым гражданин признан нуждающимся в социальном обслуживании А/03.6 |

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

| Коды компетенций ОПОП | Наименование профессиональной компетенции | Индикатора достижения компетенции | Структурные элементы компетенции (в результате освоения обучающийся должен знать, уметь и владеть) |
|-----------------------|--|---|--|
| УК-3 | .Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели | Знает: основные приемы и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии; Умеет: устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды; Владеет: простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде |
| ПК-7 | Способен к подготовке информационных материалов для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы. | ИПК-7.1. Использует возможности средств массовой информации и мультимедиа-ресурсов с целью привлечения внимания к социальным проблемам и формирования позитивного имиджа социальной работы, социального обслуживания и реализующих их специалистов; 7.2. Организация работы для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы, вовлечения в социальную | Знает: - способы предоставления мер социальной защиты, в том числе социального обеспечения, социальной помощи и социального обслуживания посредством использования технологий связей с общественностью Умеет: .Использовать различные виды опроса населения и экспертных опросов, направленные на выявление качества и эффективности предоставляемых услуг и мер социальной поддержки. Владеет: - способами реализации маркетинговых технологий, методами и технологиями проведения оценки обстоятельств, которые ухудшают или могут ухудшить условия жизнедеятельности граждан |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | работу институтов гражданского общества | |
|--|--|--|--|

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

Заочная форма обучения

| Но ме р нед ел и | Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине | Занятия | | Самостоятельная работа студентов | | Формы контроля | Литература |
|---------------------------------|---|---------|----|---|----------|-------------------------------------|--------------------|
| | | л | пр | Содержание | Час ы | | |
| 1 | Тема История развития социальной рекламы в западной культуре (УК-3, ПК-7) 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 | 2 | Конспект, устный опрос, презентация | [1], [2], [3], [4] |
| 2 | Тема История становления социальной рекламы в России. Сравнительные характеристики западной и российской социальной рекламы (УК-3, ПК-7) Социальные цели рекламы в различных общественных формациях. Формирование рынка социальной рекламы в современных условиях. История создания цикла «Позвоните родителям», «Дети – не цветы», «Не | | 2 | Факторы, влияющие на развитие социальной рекламы. Геополитический фактор. Политический фактор. Экономический фактор. Социальный фактор. Предпосылки становления социальной рекламы XIX - начала XX веков. Этапы развития социальной рекламы. Первый этап развития социальной рекламы вторая половина XIX-XX вв., развитие | 6 | Конспект, устный опрос, презентация | [1], [2], [3], [4] |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | <p>бойтесь перемен» И. Буренкова.</p> <p>Взаимодействие коммерческой, социальной, политической рекламы.</p> <p>Место социальной рекламы в рекламном процессе России в XX–XXI века.</p> | | | <p>благотворительности и меценатства. Первая мировая война. Специфика развития социальной рекламы в советской России.</p> <p>Агитационно-просветительская и информативно-пропагандистская массовая работа в Советской России. Агитационные плакат и его виды: политический, санитарный, книгоиздательский, инструктивно-технический и др.</p> <p>Агитационный фарфор. Новые темы: ликвидация неграмотности, пропаганда здорового образа жизни, утверждение женского равноправия.</p> <p>Деятельность В.В.Маяковского, М.М.Черемных. Окна РОСТА.</p> <p>Эволюция социальной рекламы в СССР. Социальная реклама в период Великой Отечественной войны. Приоритеты социальной рекламы в 1960-1980-ые годы. Социальная реклама в период преобразований конца 1980-начала 1990-х годов. Новые задачи в государственной политике ? новые темы в социальной рекламе. Основные проблемы развития социальной рекламы в России. Союз создателей социальной рекламы (СССР). Фестивали социальной рекламы в России. Приоритетные темы</p> | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | | | |
|----|--|--|---|--|---|---|--------------------|
| | | | | <p>социальной рекламы.</p> <p>Тенденции развития социальной рекламы в XXI веке. Характерные черты развития современной социальной рекламы в России. Социальная реклама в западной культуре.</p> <p>Западноевропейский опыт социальной рекламы. Социальная реклама в Великобритании.</p> <p>Социальная реклама в США.</p> <p>Международные фестивали и форумы современной социальной рекламы. Приоритетные темы социальной рекламы в западной культуре.</p> | | | |
| 3- | Тема Цели, функции и виды социальной рекламы (УК-3, ПК-7) | | 2 | <p>Виды социальной рекламы</p> <p>Цели и задачи социальной рекламы</p> <p>Специфика социальной рекламы</p> <p>Влияние социальной рекламы</p> <p>Функции социальной рекламы</p> <p>Методы реализации социальной рекламы</p> | 2 | Конспект, устный опрос, презентация, контрольная работа | [1], [2], [3], [4] |
| 4 | Тема 4 Типичная проблематика социальной рекламы (УК-3, ПК-7) | | | <p>Темы социальной рекламы</p> <p>Заказчики социальной рекламы</p> <p>Размещение социальной рекламы</p> | 4 | Конспект, устный опрос, презентация | [1], [2], [3], [4] |
| 5 | Тема 5 Особенности основных видов и жанров социальной рекламы(УК-3, ПК-7) | | | <p>Понятие рекламного текста</p> <p>жанровая характеристика рекламы в СМИ</p> <p>Радиореклама</p> | 4 | Конспект, устный опрос, презентация | [1], [2], [3], [4] |

| | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|---|-------------------------------------|--------------------|
| | | | | Разновидности рекламных жанров на телевидении Жанры интернет-рекламы Сравнительный анализ журналистских и рекламных жанров | | | |
| 6 | Тема 6 Эффективность воздействия социальной рекламы (УК-3, ПК-7) | | | Эффект и эффективность социальной рекламы Просчитываемые и непросчитываемые последствия воздействия социальной рекламы. Применимость понятия «эффективность» к социальной рекламе. Социальный эффект рекламы. Опасные последствия недобросовестной, некомпетентной социальной рекламы. Факторы положительного восприятия рекламного сообщения и механизмы «отторжения». Доверие к источнику информации. | 4 | Конспект, устный опрос, презентация | [1], [2], [3], [4] |
| 7 | Тема 7 Основные функции государства в сфере социальной рекламы (УК-3, ПК-7) | | | Государство и социальная реклама Социальная реклама и пропаганда Основные темы социальной рекламы и процент рекламных расходов в России Основные участники процесса становления российской социальной рекламы Правовое регулирование социальной рекламы Комиссия по социальной рекламе | 4 | Конспект, устный опрос, презентация | [1], [2], [3], [4] |
| 8 | Тема 8 Роль социальной рекламы в | | | Роль социальной рекламы в | 4 | Конспект, | [1], [2], [3], |

| | | | | | | | |
|--|------------------------------------|----------|----------|---|-----------|------------------------------|-----|
| | жизни общества (УК-3, ПК-7) | | | консолидации российского обществ. Проблемы и преимущества социальной интернет-рекламы как механизма социального управления Исследование современного состояния рынка интернет-рекламы Интернет как средство социальной рекламы | | устный опрос, презентация | [4] |
| | Итого | 2 | 4 | | 30 | | |

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 (Zoom, Meet, Skype, Webex и др.);

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 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 «Реклама в социальной работе»

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 с устной 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 (ЗФО)

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 тематический 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.

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 и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (ЗФО)

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

Виды контроля.

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. Формы текущего контроля знаний, умений и навыков студентов разрабатываются преподавателями, вносятся в рабочие программы курса и утверждаются заведующими кафедрами.

Темы и критерии оценивания самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Перечень тем для подготовки презентаций (ЗФО)(УК-3, ПК-7)

1. Социология рекламной деятельности как социологическая теория среднего уровня.

2. Направления социологических исследований в рекламной деятельности.
3. Предпосылки появления рекламы как массового явления.
4. Социальные функции рекламы.
5. Роль рекламы в формировании ценностных ориентаций молодежи.
6. Реклама и ценности инноваций.
7. Современная реклама как форма межкультурной коммуникации.
8. Ориентация рекламы на здоровый образ жизни.
9. Ориентация рекламы на семейные ценности.
10. Социальная реклама в современной России.
11. Западноевропейский опыт создания социальной рекламы.
12. Манипулирование общественным сознанием в рекламе.
13. Реклама как явление массовой культуры.
14. Использование исторической символики в рекламе как метод воспитания национальной культуры.
15. Реклама в Интернете как социальное явление.
16. Гендерные стереотипы в рекламе.
17. Государственная политика в области рекламы в Российской Федерации.
18. Национальные образы в рекламе.
19. Социальный брэндинг в России.
20. Потребительство как социальный феномен современности.
21. Роль рекламы в процессе социализации личности.
22. Влияние рекламы на общественные устои и влияние общественного строя на рекламу.
23. Предтестирование и посттестирование рекламного продукта.
24. Понятия «реклама» и «рекламная деятельность»: сходства и различия.
25. Развитие информационных технологий и эволюция рекламы.
26. Репрезентация в рекламе «героя нашего времени».
27. Отношение россиян к рекламе (по результатам исследований).
28. Возможности качественных методов исследования в рекламном процессе.
29. Возможности количественных методов исследования в рекламном процессе.
30. Рынок медиаисследований в России.
31. Методы исследования эффективности рекламы.
32. Реклама как элемент социальной коммуникации.
33. Агрессивная реклама в гражданском обществе.
34. Проблема скрытой рекламы.
35. Политическая реклама.
36. Значение органов саморегулирования в области рекламы в современной России.

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

Критерии оценивания презентаций

| Критерии качества/оценка | 3 «удовлетворительно» | 4 «хорошо» | 5 «отлично» |
|--|--|--|--|
| Соответствие содержания презентации теме и поставленным задачам | Содержание презентации в основном соответствует теме и задачам | Содержание презентации полностью соответствует теме и поставленным задачам | Содержание презентации полностью соответствует теме и поставленным задачам |
| Полнота раскрытия темы | Тема раскрыта не полностью | Тема раскрыта, но некоторые положения презентации изложены не слишком подробно | Тема полностью раскрыта |
| Умение обобщить материал и сделать | Материал обобщен, но выводы | Материал обобщен, сделаны четкие выводы | Материал обобщен, сделаны четкие и ясные |

| | | | |
|--|--|--|--|
| краткие выводы | громоздкие, не четкие | | выводы |
| Иллюстрации, их информативность | Иллюстрации недостаточно информативные | Иллюстрации информативные, хорошего качества | Иллюстрации информативные высокого качества |
| Соответствие оформления презентации предъявляемым требованиям | Основные требования к оформлению презентации соблюдены | Оформление презентации полностью соответствует предъявляемым требованиям | Оформление презентации полностью соответствует предъявляемым требованиям |

**Критерии оценки устного и/или письменного ответа
на практическом занятии**

| Оценка | Критерий |
|---------------|---|
| 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. |

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

| Уровень сформированности компетенций | | | |
|--|--|---|--|
| «Минимальный уровень не достигнут» | «Минимальный уровень» | «Средний уровень» | «Высокий уровень» |
| Компетенции не сформированы. | Компетенции сформированы. | Компетенции сформированы. | Компетенции сформированы. |
| Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы. | Сформированы базовые структуры знаний. | Знания обширные, системные. | Знания твердые, аргументированные, всесторонние. |
| | Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. | Умения носят репродуктивный характер, применяются к | Умения успешно применяются к решению как |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка. | решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка. | типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка |
| Описание критериев оценивания | | | |
| Обучающийся демонстрирует: - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета; - 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. Возможны | 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 билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и |

| | | | |
|------------|-----------|--|----------------------------|
| | | незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах | дополнительной литературы. |
| не зачтено | «зачтено» | «зачтено» | «зачтено» |

Система оценивания по результатам промежуточного контроля осуществляется в соответствии с Положением СОГУ¹, а также с учетом требований и критериев, разработанных преподавателем по данной дисциплине.

Методика формирования результирующей оценки

«Зачтено» выставляется студенту, который обладает всесторонними, систематизированными и глубокими знаниями материала учебной программы, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные учебной программой, усвоил основную и ознакомился с дополнительной литературой, рекомендованной учебной программой. Как правило, «зачет» выставляется студенту усвоившему взаимосвязь основных положений и понятий дисциплины в их значении для приобретаемой специальности, проявившему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала, правильно обосновывающему принятые решения, владеющему разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ.

«Незачтено» выставляется студенту, не знающему основной части материала учебной программы, допускающему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных учебной программой заданий, неуверенно с большими затруднениями выполняющему практические работы. Как правило, «незачтено» выставляется студенту, который не может продолжить обучение или приступить к деятельности по специальности по окончании университета без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Форма промежуточного контроля – зачет

Зачет проводится в устной форме.

Вопросы для подготовки к зачету (ЗФО) (УК-3, ПК-7)

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.

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)

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.
18. Правовое регулирование и этическое саморегулирование в социальной рекламе: международный и российский 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.

Критерии оценки выполнения письменной контрольной работы:

- «отлично» – студент полностью правильно в раскрытии вопроса
 «хорошо» – студент допускает 1 ошибку в раскрытии вопроса
 «удовлетворительно» – студент допускает более 3 ошибок в раскрытии вопроса

Примерные задания для письменной контрольной работы по дисциплине «Реклама в социальной работе» (ПК-7)

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.

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>

в) современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные образовательные ресурсы

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

| | |
|--|---|
| <p>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; Office Standard 2010; Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»; Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security; Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»; Консультант Плюс; Гарант; Moodle; Презентации Microsoft Office PowerPoint, Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО СОГУ (http://lms.nosu.ru/login/index.php).</p> | <p>Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина/Церетели, д. 19/16, учебный корпус №10, ауд. 411</p> |
| <p>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; Office Standard 2010; Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»; Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security; Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»; Консультант Плюс; Гарант; Moodle, Презентации Microsoft Office PowerPoint, Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО СОГУ (http://lms.nosu.ru/login/index.php).</p> | <p>Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина/Церетели, д. 19/16, учебный корпус №10, ауд. 411</p> |

| | |
|--|--|
| <p>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».</p> | <p>Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина/Церетели, д. 19/16, учебный корпус №10, ауд. 411, 811, 409</p> |
| <p>Помещения для самостоятельной работы: - компьютерные классы с 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</p> | <p>Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина/Церетели, д. 19/16, учебный корпус №10, ауд. 409, 811</p> <p>Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина/Церетели, д. 19/16, учебный корпус №10</p> |

11. Лист обновления/актуализации

Программа актуализирована в части литературы и материально-технического обеспечения дисциплины