

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ганеев Винер Валиахметович
Должность: Директор
Дата подписания: 05.10.2023 09:31:27
Уникальный программный ключ:
fceab25d7092f3bff743e8ad3f8d57fddc1f5e66

ФГБОУ ВО «УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»
БИРСКИЙ ФИЛИАЛ УУНИТ
СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЙ ФАКУЛЬТЕТ

Утверждено:
на заседании кафедры педагогики, психологии и
социальной работы
протокол № 4 от 10.11.2022 г.
Зав. кафедрой подписано ЭЦП /Бронников С.А.

Согласовано:
Председатель УМК
социально-гуманитарного
факультета
подписано ЭЦП /Хамидуллина Л.К.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
для очно-заочной формы обучения**

Социальная реклама и связи с общественностью в социальной работе
Часть, формируемая участниками образовательных отношений

программа магистратуры

Направление подготовки (специальность)
39.04.02 *Социальная работа*

Направленность (профиль) подготовки
Организация и управление в социальной работе

Квалификация
Магистр

Разработчик (составитель) <u>Старший преподаватель</u> (должность, ученая степень, ученое звание)	<u>подписано ЭЦП /Гареева З.К.</u> (подпись, Фамилия И.О.)
---------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------

Для приема: 2012-2013 г.

Бирск 2022 г.

Составитель / составители: Гареева З.К.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры педагогики, психологии и социальной работы протокол № ____ от « ____ » _____ 20__ г.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____, протокол № ____ от « ____ » _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____, протокол № ____ от « ____ » _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____, протокол № ____ от « ____ » _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____, протокол № ____ от « ____ » _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций.....	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся).....	6
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	13
4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.....	13
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.....	15
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	20
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	20
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины.....	21
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	21

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен достичь следующих результатов обучения:

Категория (группа) компетенций (при наличии ОПК)	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	Способен осуществлять деятельность по планированию и управлению ресурсами организации социального обслуживания и обеспечению ее развития (ПК-2);	ПК-2.1. Знать способы планирования деятельности организации социального обслуживания и обеспечения ее развития; способы управления ресурсами организации социального обслуживания	Знает способы планирования деятельности организации социального обслуживания и обеспечения ее развития; способы управления ресурсами организации социального обслуживания
		ПК-2.2. Уметь планировать деятельность организации социального обслуживания и обеспечивать ее развитие; управлять ресурсами организации социального обслуживания	Умеет планировать деятельность организации социального обслуживания и обеспечивать ее развитие; управлять ресурсами организации социального обслуживания
		ПК-2.3. Владеть навыками и опытом планирования деятельности организации социального обслуживания и обеспечения ее развития; управления ресурсами организации социального обслуживания	Владеет навыками и опытом планирования деятельности организации социального обслуживания и обеспечения ее развития; управления ресурсами организации социального обслуживания
	Способен к организационно-управленческой работе в организациях	ПК-3.1. Знать способы организационно-управленческой работы в организациях	Знать способы выявления обстоятельств возникновения трудной

	социальной защиты и социального обслуживания (ПК-3);	социальной защиты и социального обслуживания	жизненной ситуации гражданина; технологии и методы социальной работы по преодолению и предупреждению трудной жизненной ситуации гражданина
		ПК-3.2. Уметь применять способы организационно-управленческой работы в организациях социальной защиты и социального обслуживания	Уметь выявлять обстоятельства возникновения трудной жизненной ситуации гражданина; определять технологии и методы социальной работы по преодолению и предупреждению трудной жизненной ситуации гражданина
		ПК-3.3. Владеть способами организационно-управленческой работы в организациях социальной защиты и социального обслуживания	Владеть опытом и навыками выявления обстоятельств возникновения трудной жизненной ситуации гражданина; определения технологий и методов социальной работы по преодолению и предупреждению трудной жизненной ситуации гражданина

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социальная реклама и связи с общественностью в социальной работе» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре.

Цель изучения дисциплины: приобретение знаний о теории и методологии связей с общественностью и рекламы с опорой на мировой и отечественный опыт в этой области, изучение современных тенденций развития связей с общественностью и рекламы; исследование студентами теоретико-концептуальных и практических вопросов разработки рекламной продукции, планирования и проведения рекламных кампаний, оценки их эффективности и формировании стройной системы взглядов на современную рекламно-информационную деятельность, перспективы ее развития.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

ФГБОУ ВО «УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»
БИРСКИЙ ФИЛИАЛ УУН_ИТ
СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЙ ФАКУЛЬТЕТ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Социальная реклама и связи с общественностью в социальной работе» на ____4
семестр
очно-заочная
форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	28.2
лекций	12
практических/ семинарских	16
лабораторных	0
контроль самостоятельной работы (КСР)	0
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) ФКР	0.2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СРС)	79.8
Учебных часов на подготовку к зачету (Контроль)	0

Форма контроля:
Зачет 4 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов:				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		лекции,	практические занятия,	семинарские занятия,	лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)			
		Лек	П	Зч	СР С			
2 курс / 4 семестр								
1	<p>Понятие, принципы, функции, виды социальной рекламы</p> <p>Понятие «социальная реклама» и краткая история феномена социальной рекламы. Принципы, функции, виды социальной рекламы. Участники, технологии производства и размещения социальной рекламы</p>	2			11.8	Осн. лит-ра №№ 1,2 Доп. лит-ра №№ 1,2	Письменный ответ	Творческие задания
2	<p>Участники, технологии производства и размещения социальной рекламы</p> <p>Основные участники рекламного процесса в социальной рекламе: заказчик, рекламопроизводитель, рекламодатель, распространитель социальной</p>	2	4		14	Осн. лит-ра №№ 1,2 Доп. лит-ра №№ 1,2	Творческие задания	Письменный ответ

	<p>рекламы. Технологии производства социальной рекламы. Технологии размещения социальной рекламы. Обсуждение плана рекламной кампании социальной тематики. Большая разновидность средств распространения социальной рекламы: наружная социальная реклама; радиореклама и телевизионная социальная реклама; печатная социальная реклама; прямая почтовая социальная реклама; социальная реклама на транспорте; социальная реклама на нетрадиционных носителях (спичечные коробки, упаковка); устная социальная реклама и др. Использование социальной рекламы. План рекламной кампании. Виды рекламных носителей*. Типы рекламных носителей*. Социальная реклама как деятельность конкретных политических субъектов. Социальная реклама и социальный PR. Критерии сравнительного анализа социальной рекламы и социального PR. Индивидуальное, массовое и общественное сознание – объекты воздействия рекламы.</p>						
3	<p>Коммуникативное пространство и структура связей с общественностью</p> <p>Сферы применения PR. Эволюция моделей PR-коммуникации. Моделирование PR-деятельности. Коммуникативная модель PR-технологий. Теории распространения информации в обществе. Условия эффективного функционирования PR в</p>	2	4	14	<p>Осн. лит-ра №№ 1,2 Доп. лит-ра №№ 1,2</p>	<p>Кейс-задания</p>	<p>Письменный ответ</p>

	современном обществе. Принципы, классификация и основные направления услуг в области связей общественностью. Современные тенденции развития общественных связей, основные сферы PR в России и за рубежом. Связи с общественностью в системе социального управления. PR как социальный институт: определение, общие признаки, элементы. Соотношение понятий и функций: СО и реклама, СО и пропаганда, СО и маркетинг, СО и журналистика. Функции PR как социального института.							
4	Особенности российской социальной рекламы и ее жанровое разнообразие Правовые основы социальной рекламы. Особенности российской социальной рекламы. Традиции социальной рекламы в западной и восточной культурах. Психологические аспекты воздействия социальной рекламы	2	2		14	Осн. лит-ра №№ 1,2 Доп. лит-ра №№ 1,2	Творческие задания	Письменный ответ
5	Теоретические основы связей с общественностью Связи с общественностью: многообразие определений и понятий, нормативный и аналитический подходы к определению PR. Онтологический статус (сущность) и гносеологические аспекты («деятельность» и «рефлексия») PR. Анализ современной отечественной литературы о PR. Ведущие отечественные и зарубежные теоретики и практики PR:	2	2		14	Осн. лит-ра №№ 1,2 Доп. лит-ра №№ 1,2	Письменный ответ	Творческие задания

	<p>А.Ли, Э. Бернейз, Дж. Грюниг, Ф. Буари, М.А. Шишкина, Д.П. Гавра, И.Л. Викентьев, Г.Г. Почепцов, А.Н. Чумиков, другие. Связи с общественностью: цель, предмет, субъекты, содержание, средства, результат. Общественность, общественное мнение, публичный дискурс, публичная сфера, паблисити, публичная коммуникация, как категории понятийного аппарата PR. PR как управленческая, социально-практическая, рыночная, коммуникативная, технологическая и социоинженерная деятельность. Экономические, политические функции PR. Специфические социальные функции, присущие PR. Внутренние функции, характерные для PR-отрасли как самостоятельной сферы деятельности (технологические функции и функции собственного продвижения)</p>							
6	<p>Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения</p> <p>Понятие общественности и аудитория. Типология групп общественности. Главные группы общественности. Определение целевых групп общественности и ключевых аудиторий. Внешняя и внутренняя аудитория. Определение понятий: «лидеры мнений», «группы интересов». Приоритетные группы общественности. Коллективное поведение и общественное мнение: механизмы</p>	2	4		12	Осн. лит-ра №№ 1,2 Доп. лит-ра №№ 1,2	Письменный ответ	Кейс-задания, Практическое задание

	<p>взаимовлияния. Общественное мнение как социальный институт. Способы учета и использования общественного мнения. Индивид и общественное мнение. Проблема идентификации общественного мнения. Идеологии и их роль в функционировании общественного мнения. Понятие установки в формировании общественного мнения. Мотивированная коммуникация как основное направление влияния на установки людей. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Личностные факторы управления общественным мнением. Создание стереотипов как функция связей с общественностью. Особенности слухов как вида массовой коммуникации и функционирования общественного мнения: самоотражаемость, устность, анонимность и т.</p>							
7	Зачет			1	0.2			
Итого по 2 курсу 4 семестру		12	16	1	80			
Итого по дисциплине		12	16	1	80			

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

Код и формулировка компетенции: Способен осуществлять деятельность по планированию и управлению ресурсами организации социального обслуживания и обеспечению ее развития (ПК-2);

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения (Зачет)	
		Незачтено	Зачтено
ПК-2.1. Знать способы планирования деятельности организации социального обслуживания и обеспечения ее развития; способы управления ресурсами организации социального обслуживания	Знает способы планирования деятельности организации социального обслуживания и обеспечения ее развития; способы управления ресурсами организации социального обслуживания	Знания не сформированы	Знания полностью сформированы
ПК-2.2. Уметь планировать деятельность организации социального обслуживания и обеспечивать ее развитие; управлять ресурсами организации социального обслуживания	Умеет планировать деятельность организации социального обслуживания и обеспечивать ее развитие; управлять ресурсами организации социального обслуживания	Умения не сформированы	Умения в основном сформированы
ПК-2.3. Владеть навыками и опытом планирования деятельности организации социального	Владеет навыками и опытом планирования деятельности организации социального обслуживания	Владение навыками не сформировано	Владение навыками в основном сформировано

обслуживания и обеспечения ее развития; управления ресурсами организации социального обслуживания	и обеспечения ее развития; управления ресурсами организации социального обслуживания		
---------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Код и формулировка компетенции: Способен к организационно-управленческой работе в организациях социальной защиты и социального обслуживания (ПК-3);

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения (Зачет)	
		Незачтено	Зачтено
ПК-3.1. Знать способы организационно-управленческой работы в организациях социальной защиты и социального обслуживания	Знать способы выявления обстоятельств возникновения трудной жизненной ситуации гражданина; технологии и методы социальной работы по преодолению и предупреждению трудной жизненной ситуации гражданина	Знания не сформированы	Знания полностью сформированы
ПК-3.2. Уметь применять способы организационно-управленческой работы в организациях социальной защиты и социального обслуживания	Уметь выявлять обстоятельства возникновения трудной жизненной ситуации гражданина; определять технологии и методы социальной работы по преодолению и предупреждению трудной	Умения не сформированы	Умения в основном сформированы

	жизненной ситуации гражданина		
ПК-3.3. Владеть способами организационно-управленческой работы в организациях социальной защиты и социального обслуживания	Владеть опытом и навыками выявления обстоятельств возникновения трудной жизненной ситуации гражданина; определения технологий и методов социальной работы по преодолению и предупреждению трудной жизненной ситуации гражданина	Владение навыками не сформировано	Владение навыками в основном сформировано

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ПК-2.1. Знать способы планирования деятельности организации социального обслуживания и обеспечения ее развития; способы управления ресурсами организации социального обслуживания	Знает способы планирования деятельности организации социального обслуживания и обеспечения ее развития; способы управления ресурсами организации социального обслуживания	Письменный ответ, Практическое задание
ПК-2.2. Уметь планировать деятельность организации социального обслуживания и обеспечивать ее развитие; управлять ресурсами организации социального обслуживания	Умеет планировать деятельность организации социального обслуживания и обеспечивать ее развитие; управлять ресурсами организации социального обслуживания	Творческие задания, Практическое задание, Письменный ответ
ПК-2.3. Владеть навыками и опытом планирования	Владеет навыками и опытом планирования деятельности	Творческие задания, Кейс-задания

деятельности организации социального обслуживания и обеспечения ее развития; управления ресурсами организации социального обслуживания	организации социального обслуживания и обеспечения ее развития; управления ресурсами организации социального обслуживания	
ПК-3.1. Знать способы организационно-управленческой работы в организациях социальной защиты и социального обслуживания	Знать способы выявления обстоятельств возникновения трудной жизненной ситуации гражданина; технологии и методы социальной работы по преодолению и предупреждению трудной жизненной ситуации гражданина	Практическое задание, Письменный ответ
ПК-3.2. Уметь применять способы организационно-управленческой работы в организациях социальной защиты и социального обслуживания	Уметь выявлять обстоятельства возникновения трудной жизненной ситуации гражданина; определять технологии и методы социальной работы по преодолению и предупреждению трудной жизненной ситуации гражданина	Творческие задания, Практическое задание, Письменный ответ
ПК-3.3. Владеть способами организационно-управленческой работы в организациях социальной защиты и социального обслуживания	Владеть опытом и навыками выявления обстоятельств возникновения трудной жизненной ситуации гражданина; определения технологий и методов социальной работы по преодолению и предупреждению трудной жизненной ситуации гражданина	Кейс-задания, Творческие задания

Кейс-задания

Описание кейс-заданий: кейс-задание представляет собой ситуационную задачу, требующую осмысления, анализа, а затем решения. Решение кейс-задания должно быть аргументированным, содержать пояснения.

Проведите анализ любой социальной рекламы по следующим основаниям: название, краткое описание, регион распространения, целевая аудитория, визуальный ряд, текстовое содержание, использованные психологические приемы. Представьте анализ в виде законченного портрета социальной рекламы. Выпишите выводы. 2. Выберите несколько примеров шоковой социальной рекламы из истории российских кампаний, проведите сравнительный анализ их содержательной и технической части.

Кейс-задание

Описание методики оценивания: при оценке решения кейс-задания наибольшее внимание должно быть уделено тому, насколько полно раскрыто содержание материала, четко и правильно даны ли определения, раскрыто содержание понятий, верно ли использованы научные термины, использованы ли аргументированные доказательства, опыт деятельности, использованы ли ранее приобретенные знания, раскрыты ли причинно-следственные связи, насколько высок уровень умения оперирования научными категориями, анализа информации, владения навыками практической деятельности.

Критерии оценки (в баллах) :

- 5 баллов выставляется студенту, если задание грамотно проанализировано, установлены причинно-следственные связи, демонстрируются умения работать с источниками информации, владение навыками практической деятельности, найдено оптимальное решение кейс-задание;
- 4 балла выставляется студенту, если задание проанализировано поверхностно, не установлены причинно-следственные связи, демонстрируются слабые умения работать с источниками информации, неуверенное владение навыками практической деятельности, найдено решение кейс-задания, но имеет значительные недочеты;
- 3 балла выставляется студенту, если задание не проанализировано, не установлены причинно-следственные связи, демонстрируется отсутствие умения работать с источниками информации, не сформированы навыки практической деятельности, решение кейс-задания не найдено

Письменный ответ

.Дайте письменные ответы на следующие вопросы: 1. Основные участники рекламного процесса в социальной рекламе: заказчик, рекламопроизводитель, рекламодатель, распространитель социальной рекламы. 2. Технологии производства социальной рекламы. 3. Технологии размещения социальной рекламы. 4. Составляющие плана рекламной кампании социальной тематики.

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания письменного ответа

при оценке выполнения студентом письменного ответа максимальное внимание следует уделять следующим аспектам: насколько полно в теоретическом вопросе раскрыто содержание материала, четко и правильно даны определения, раскрыто содержание понятий; верно использованы научные термины; демонстрируются высокий уровень умения оперировать научными категориями и понятиями, анализировать теоретическую и практическую информацию, владение навыками практической деятельности, приводятся примеры из практики

Критерии оценки (в баллах) (должны строго соответствовать рейтинг плану по макс. и мин. колич. баллов и только для тех, кто учится с использованием модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости студентов):

- 5 баллов выставляется студенту, если в письменных ответах полно раскрыто содержание материала; четко и правильно даны определения, раскрыто содержание понятий; верно использованы научные термины; демонстрируются высокий уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию, владение навыками практической деятельности;
- 4 балла выставляется студенту, если в письменном ответе раскрыто основное содержание материала; в основном правильно даны определения понятий и использованы научные термины; ответ самостоятельный; определения понятий неполные, допущены незначительные нарушения в последовательности изложения; небольшие недостатки при использовании научных терминов;
- 3 балла выставляется студенту, если в письменном ответе отражено, только основное, но не последовательное содержание материала; определения понятий недостаточно четкие; не использованы в качестве доказательства выводы и обобщения из наблюдений, практических занятий; уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию, владения навыками практической деятельности невысокий, наблюдаются пробелы и неточности;

- 2 балла выставляется студенту, если в письменном ответе не изложено основное содержание материала, изложение фрагментарное, не последовательное; определения понятий не четкие; не использованы в качестве доказательства выводы и обобщения из наблюдений, уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию, владения навыками практической деятельности очень низкий.

Практическое задание

2. Творческие задания: 1. Составьте презентацию на 10-15 слайдов с привлечением иллюстративных материалов, в которой необходимо привести и описать примеры взаимодействия социальной рекламы и политики, бизнеса, III сектора. 2. Разработайте рейтинг основных российских производителей социальной рекламы. Кратко их опишите, опишите социальные проекты, в которых они участвовали. 18 3. Разработайте программу рекламной кампании на любую социальную тематику с обязательными составляющими: название, сроки, цель, регион распространения, каналы распространения, аудитория. Рекламная кампания может быть вымышленной. 4. Найдите и представьте в качестве диаграммы информацию: какая тематика в социальной рекламе поднимается чаще всего в России? Объясните почему. 5. Эксперты в области социальной рекламы считают, что этот инструмент информирования используется чаще в высокоразвитых, благополучных странах, чем в неблагополучных. Объясните, почему?

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания выполнения практического задания

оценка за выполнение практического задания ставится на основании знания теоретического материала, умений и навыков применения знаний на практике, анализировать результаты работы. Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется студенту, если демонстрируются полное знание теоретического материала по теме задания; применения знания на практике, анализа результатов работы и формулирование выводов, владение навыками прикладной деятельности;

- 4 балла выставляется студенту, если демонстрируются неполное знание фактического материала по теме задания (в процессе обсуждения, при ответе на контрольные вопросы); демонстрируются некоторые недостатки применения знания на практике, недостатки владения способностью анализировать результаты работы, формулировать выводы, прослеживать причинно-следственные связи;

- 3 балла выставляется студенту, если демонстрируются несистемное знание теоретического материала по теме задания (в процессе обсуждения, при ответе на контрольные вопросы); демонстрируются заметные недостатки в умении применять знания на практике, способностью анализировать результаты работы и формулировать выводы, прослеживать причинно-следственные связи;

- 0-2 балла выставляется студенту, если демонстрируются полное или почти полное отсутствие знания теоретического материала по теме задания (в процессе обсуждения, при ответе на контрольные вопросы); демонстрируются неумение применять знания на практике, неуверенное владение методами анализа результатов работы и способностью прослеживать причинно-следственные связи.

Творческие задания

Творческие задания: 1. Составьте презентацию с обязательным использованием иллюстративного материала на 20-25 слайдов, в которой раскройте следующие вопросы: Социальная рек- 19 лама в России: законодательная база российской социальной рекламы и ее реализация. Особенности производства и распространения социальной рекламы в России. Социальная реклама в регионах. Проблемы и тенденции развития социальной рекламы в России. 2. Составьте глоссарий по теме «Социальная реклама: основные понятия» 3. Проанализируйте постсоветскую социальную рекламу на предмет качества ее производства, каналов размещения, преобладающей тематики.

Приведите примеры. 4. Разработайте сценарий и схему размещения социальной рекламы против курения. 5. Разработайте слоганы (4-6 варианта) для социальной рекламы по теме алкоголизма для различных групп общественности (по гендерному и возрастному признаку).

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания творческого задания

оценка за выполнение творческого задания ставится на основании знания теоретического материала, умений и навыков применения знаний на практике, анализировать результаты работы.

Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется студенту, если демонстрируются полное знание теоретического материала по теме задания; применения знания на практике, анализа результатов работы и формулирование выводов, владение навыками прикладной деятельности;

- 4 балла выставляется студенту, если демонстрируются неполное знание фактического материала по теме задания (в процессе обсуждения, при ответе на контрольные вопросы); демонстрируются некоторые недостатки применять знания на практике, недостатки владения способностью анализировать результаты работы, формулировать выводы, проследить причинно-следственные связи;

- 3 балла выставляется студенту, если демонстрируются несистемное знание теоретического материала по теме задания (в процессе обсуждения, при ответе на контрольные вопросы); демонстрируются заметные недостатки в умении применять знания на практике, способностью анализировать результаты работы и формулировать выводы, проследить причинно-следственные связи;

- 0-2 балла выставляется студенту, если демонстрируются полное или почти полное отсутствие знания теоретического материала по теме задания (в процессе обсуждения, при ответе на контрольные вопросы); демонстрируются неумение применять знания на практике, неуверенное владение методами анализа результатов работы и способностью проследить причинно-следственные связи.

Зачет

Зачет является оценочным средством для всех этапов освоения компетенций.

Примерные вопросы к зачету, 2 курс / 4 семестр

1. Влияние социальной рекламы на жизнь личности, социальных групп и общества.
2. Определение понятия «социальная реклама».
3. Содержание статьи 10 ФЗ «О рекламе».
4. Содержание, форма, структура социальной рекламы.
5. Типы социальной рекламы.
6. Что такое инструментальная социальная реклама?
7. Что такое «идеальная» социальная реклама?
8. Каналы распространения социальной рекламы.
9. Требования к социальной рекламе.
10. Нормы и условия распространения социальной рекламы для рекламодателей.
11. Нормы разработки рекламного обращения в социальной рекламе для заказчиков и рекламопроизводителей.
12. Кто может быть заказчиком социальной рекламы?
13. Особенности социальной рекламы, заказчиком которой является государство (государственные ведомства, учреждения, службы).
14. Особенности социальной рекламы, заказчиком которой является бизнес.
15. Цели социальной рекламы в бизнесе.
16. Особенности социальной рекламы, заказчиком которой являются НКО.
17. Этапы разработки социальной рекламы.
18. Основные производители социальной рекламы в РФ.

19. Проблемы размещения социальной рекламы на платной и бесплатной основе.
20. Условия налогообложения размещения социальной рекламы для распространителя.
21. Условия налогообложения производства социальной рекламы для заказчика/производителя.
21. Проблемы этики в социальной рекламе.
22. Создание текста в социальной рекламе.
23. Эффективность социальной рекламы. Методы оценки.
24. История развития социальной рекламы.
25. Социальная реклама в России (исторический аспект).
26. Сходство и различия социальной и коммерческой рекламы.
27. Функции социальной рекламы.
28. Правовое регулирование социальной рекламы в России.
29. Правовое регулирование социальной рекламы за рубежом.
30. Критерии эффективности социальной рекламы.
31. Оценка эффективности социальной рекламы: методы.
32. Факторы, влияющие на эффективность социальной рекламы.

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания зачета

При оценке ответа на зачете максимальное внимание должно уделяться тому, насколько полно раскрыто содержание материала, четко и правильно даны определения, раскрыто содержание понятий, насколько ответ самостоятельный, использованы ли ранее приобретенные знания, раскрыты ли причинно-следственные связи, насколько высокий уровень умения оперирования научными категориями, анализа информации.

При оценивании зачета учитываются результаты всей практической деятельности студентов в рамках дисциплины в течение семестра. Зачет выставляется при условии правильного выполнения в полном объеме всех заданий.

Критерии оценки:

«зачтено» выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Все задания и практические работы за семестр выполнены полностью без неточностей и ошибок;

«не зачтено» выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент допустил грубые ошибки при выполнении практических работ в семестре или не выполнил задания.

1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Социальная реклама : учеб. пособ. / Б. Р. Мандель .— М. : Литера, 2010 .— 309 с. — ISBN 978-5-91670-072-5 : 350 р. 00 к.
2. Психология массовой коммуникации [электронный ресурс] : учеб. пособие / С.А. Никулина .— Москва : Директ-Медиа, 2014 .— 170 с. — ISBN 978-5-4458-8658-7 .— <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650>>.

Дополнительная литература

1. Реклама и связи с общественностью : коммуникатив. и интегратив. сущность кампаний: учеб.пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов ; Академия труда и социал.отношений и др. —

- Екатеринбург;М. : Деловая книга: Академический Проект, 2007 .— 300 с. — (Gaudeamus) . — ISBN 5-8291-0788-0 : 140 р. 00 к. — ISBN 5-88687-175-6.
2. Реклама в коммуникационном процессе : учебник для студ. вузов, обуч. по спец. "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Междунар.академия бизнеса и управления и др. — Москва : Дашков и К, 2007 .— 347 с. — ISBN 978-5-91131-393-7 : 208 р. 00 к.

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/>.
2. Электронная библиотечная система «Лань» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>.
3. Университетская библиотека онлайн biblioclub.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>.
4. Электронная библиотека УУНиТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elib.bashedu.ru/>.
5. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rsl.ru/>.
6. Национальная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--90ax2c.xn--p1ai/viewers/>.
7. Национальная платформа открытого образования proed.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://npoed.ru/>.
8. Электронное образование Республики Башкортостан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://edu.bashkortostan.ru/>.
9. Информационно-правовой портал Гарант.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>.

Программное обеспечение

1. Справочно-правовая система «Гарант» - Договор №52 от 20.03.2019, Договор №35 от 23.03.2020, Договор №69 от 15 марта 2021, Договор 53 от 16.03.2022 Договор №31 от 16 марта 2023г.
2. Windows - Договор №0301100003620000022 от 29.06.2020, Договор № 2159- ПО/2021 от 15.06.2021, Договор №32110448500 от 30.07.2021
3. Office Professional Plus - Договор №0301100003620000022 от 29.06.2020, Договор № 2159- ПО/2021 от 15.06.2021, Договор №32110448500 от 30.07.2021
4. Браузер Google Chrome - Бесплатная лицензия https://www.google.com/intl/ru_ALL/chrome/privacy/eula_text.html
5. Pascalabc, PascalABC.NET - Бесплатная лицензия <https://pascal-abc.ru>, <http://pascalabc.net>

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Аудитория 12(СГФ)	Для самостоятельной работы	Херох work centre 5021, кюсера km 1635, учебная мебель,

		<p>звуковые колонки genius, настенный экран screer media, мультипроектор vivitek, компьютеры в сборе.</p> <p>Программное обеспечение</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Office Professional Plus 2. Справочно-правовая система «Гарант» 3. Браузер Google Chrome 4. Pascalabc, PascalABC.NET
Аудитория 22(СГФ)	Лекционная, Семинарская, Для курсового проектирования, Для консультаций, Для контроля и аттестации	<p>Компьютеры в сборе, настенный экран, мультипроектор vivitek, стенды , учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска классная.</p> <p>Программное обеспечение</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Office Professional Plus 2. Справочно-правовая система «Гарант» 3. Pascalabc, PascalABC.NET 4. Браузер Google Chrome
Аудитория 23(СГФ)	Лекционная, Семинарская, Для консультаций, Для контроля и аттестации	<p>Проектор optoma x316, экран настенный 200 х 200 см профи тип tw, учебная мебель, доска классная.</p>
Аудитория 26(СГФ)	Для хранения оборудования	<p>Компьютер в сборе, мфу куосера, учебно-наглядные пособия, стол компьютерный , нетбук .</p> <p>Программное обеспечение</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Справочно-правовая система «Гарант» 2. Windows 3. Браузер Google Chrome 4. Office Professional Plus