

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМР и качеству образования

Дата подписания: 31.08.2020

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**

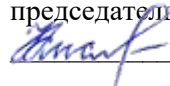
**высшего образования**

**«Самарский государственный социально-педагогический университет»**

**Кафедра литературы, журналистики и методики обучения**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по УМР и КО,  
председатель УМС СГСПУ



Н.Н. Кислова

## **Социальная реклама**

### **рабочая программа дисциплины (модуля)**

Закреплена за кафедрой **Литературы, журналистики и методики обучения**

Учебный план **ФФ-626Жз(4г6м)**  
Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика  
Направленность (профиль) «Конвергентная журналистика»

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **Заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

|                         |     |                                       |
|-------------------------|-----|---------------------------------------|
| Часов по учебному плану | 108 | Виды контроля в семестрах:<br>зачет 4 |
| в том числе:            |     |                                       |
| аудиторные занятия      | 8   |                                       |
| самостоятельная работа  | 100 |                                       |

#### **Распределение часов дисциплины по семестрам**

| Семестр(Курс.Номер семестра на курсе) | 4(2.2) |     | Итого |     |
|---------------------------------------|--------|-----|-------|-----|
| Вид занятий                           | УП     | РПД | УП    | РПД |
| Лекции                                | 2      | 2   | 2     | 2   |
| Практические                          | 6      | 6   | 6     | 6   |
| В том числе инт.                      | 4      | 4   | 4     | 4   |
| Итого ауд.                            | 8      | 8   | 8     | 8   |
| Контактная работа                     | 8      | 8   | 8     | 8   |
| Сам. Работа                           | 100    | 100 | 100   | 100 |
| Итого                                 | 108    | 108 | 108   | 108 |

Программу составил(и):

Кветкин Павел Дмитриевич

При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).

Рабочая программа дисциплины

**Социальная реклама**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №524)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»

утвержденного Учёным советом СГСПУ от 25.03.2026 протокол №8

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Литературы, журналистики и методики обучения**

Протокол от 26.06.2026 г. №11

Зав. кафедрой О.М. Буранок

Начальник УОП



Н.А. Доманина

| 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)                                                                                                                                                                                        |                                                                                    |         |       |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------|-----------|
| Целью изучения дисциплины: получение комплексной системы знаний об особенностях социальной рекламы и ее роли в жизни общества.                                                                                                       |                                                                                    |         |       |           |
| Задачи изучения дисциплины: освоить знания об основных способах эффективной подачи социальной рекламы через средства массовой коммуникации; сформировать навыки проведения социальных исследований по актуальным проблемам общества. |                                                                                    |         |       |           |
| Область профессиональной деятельности средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)                                               |                                                                                    |         |       |           |
| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ                                                                                                                                                                   |                                                                                    |         |       |           |
| Цикл (раздел) ОП:                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                    | Б1.В    |       |           |
| 2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:                                                                                                                                                                            |                                                                                    |         |       |           |
| Содержание дисциплины базируется на материале:                                                                                                                                                                                       |                                                                                    |         |       |           |
| Введение в коммуникационные специальности                                                                                                                                                                                            |                                                                                    |         |       |           |
| 2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:                                                                                                                   |                                                                                    |         |       |           |
| Методы изучения общественного мнения                                                                                                                                                                                                 |                                                                                    |         |       |           |
| Современный брендинг                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                    |         |       |           |
| 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)                                                                                                                                                   |                                                                                    |         |       |           |
| ПК-4. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации                                                        |                                                                                    |         |       |           |
| ПК-4.1. Информировать аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов                                                                                                  |                                                                                    |         |       |           |
| Знает систему мероприятий по рекламной поддержке социально значимых идей                                                                                                                                                             |                                                                                    |         |       |           |
| Умеет применять современные технологии социальных коммуникаций                                                                                                                                                                       |                                                                                    |         |       |           |
| ПК-4.2. Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации                                                                                                                                            |                                                                                    |         |       |           |
| Знает основные технологии создания и воздействия социальной рекламы на целевую аудиторию                                                                                                                                             |                                                                                    |         |       |           |
| ПК-4.3. Корректирует свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией                                                                                                                                |                                                                                    |         |       |           |
| Знает креативные методики по созданию социальной рекламы                                                                                                                                                                             |                                                                                    |         |       |           |
| Умеет презентовать продукты социальной рекламы                                                                                                                                                                                       |                                                                                    |         |       |           |
| 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)                                                                                                                                                                                        |                                                                                    |         |       |           |
| Код занятия                                                                                                                                                                                                                          | Наименование разделов и тем /вид занятия/                                          | Семестр | Часов | Интеракт. |
|                                                                                                                                                                                                                                      | Раздел 1. Теоретический аспект социальной рекламы                                  |         |       |           |
| 1.1                                                                                                                                                                                                                                  | Реклама и рекламная деятельность /Пр/                                              | 4       | 2     | 1         |
| 1.2                                                                                                                                                                                                                                  | Реклама и рекламная деятельность /Ср/                                              | 4       | 18    | 0         |
| 1.3                                                                                                                                                                                                                                  | Основные исторические этапы развития социальной рекламы за рубежом и в России /Ср/ | 4       | 18    | 0         |
| 1.4                                                                                                                                                                                                                                  | Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы /Пр/    | 4       | 4     | 2         |
| 1.5                                                                                                                                                                                                                                  | Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы /Ср/    | 4       | 20    | 0         |
|                                                                                                                                                                                                                                      | Раздел 2. Практический аспект социальной рекламы.                                  |         |       |           |
| 2.1                                                                                                                                                                                                                                  | Психологические аспекты социальной рекламы /Лек/                                   | 4       | 2     | 1         |
| 2.2                                                                                                                                                                                                                                  | Психологические аспекты социальной рекламы /Ср/                                    | 4       | 12    | 0         |
| 2.3                                                                                                                                                                                                                                  | Эффект и эффективность социальной рекламы /Ср/                                     | 4       | 16    | 0         |
| 2.4                                                                                                                                                                                                                                  | Основные направления развития социальной рекламы /Ср/                              | 4       | 16    | 0         |
| 5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)                                                                                                                                                                         |                                                                                    |         |       |           |
| 5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)                                                                                                                                                                             |                                                                                    |         |       |           |
| 4 семестр, 1 лекции, 3 практических занятий                                                                                                                                                                                          |                                                                                    |         |       |           |
| Раздел 1. Теоретический аспект социальной рекламы                                                                                                                                                                                    |                                                                                    |         |       |           |
| Практическое занятие №1 (2 часа)                                                                                                                                                                                                     |                                                                                    |         |       |           |
| Реклама и рекламная деятельность                                                                                                                                                                                                     |                                                                                    |         |       |           |
| Вопросы и задания                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                    |         |       |           |
| 1. Понятие социальной рекламы и ее отличие от других видов рекламы.                                                                                                                                                                  |                                                                                    |         |       |           |
| 2. Современная социальная реклама как способ выражения и защиты интересов общества и государства                                                                                                                                     |                                                                                    |         |       |           |
| 3. Социальная реклама как современный образ социально одобряемого и социально неодобряемого действия                                                                                                                                 |                                                                                    |         |       |           |
| Практическое занятие №2-3 (4 часа)                                                                                                                                                                                                   |                                                                                    |         |       |           |
| Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы                                                                                                                                                           |                                                                                    |         |       |           |
| Вопросы и задания                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                    |         |       |           |
| 1. Государственная поддержка социальной рекламы.                                                                                                                                                                                     |                                                                                    |         |       |           |
| 2. Благотворительная деятельность по созданию социальной рекламы.                                                                                                                                                                    |                                                                                    |         |       |           |
| 3. Социальные проекты как способ создания и поддержания положительного                                                                                                                                                               |                                                                                    |         |       |           |
| Раздел 2. Практический аспект социальной рекламы                                                                                                                                                                                     |                                                                                    |         |       |           |
| Лекция №1 (2 часа)                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                    |         |       |           |
| Психологические аспекты социальной рекламы                                                                                                                                                                                           |                                                                                    |         |       |           |
| Вопросы и задания                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                    |         |       |           |
| 1. Оценка эффективности психологических механизмов воздействия в социальной рекламе                                                                                                                                                  |                                                                                    |         |       |           |

| <b>2. Аспекты социальной рекламы</b>                                 |                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)</b> |                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |
| <b>Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине</b>  |                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |
| <b>№ п/п</b>                                                         | <b>Темы дисциплины</b>                                                        | <b>Содержание самостоятельной работы</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>Продукты деятельности</b>                                                                                                      |
| 1                                                                    | Реклама и рекламная деятельность                                              | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий                                                                                                                                                                                                                          | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий |
| 2                                                                    | Основные исторические этапы развития социальной рекламы за рубежом и в России | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий                                                                                                                                                                                                                          | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий |
| 3                                                                    | Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы    | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий                                                                                                                                                                                                                          | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий |
| 4                                                                    | Психологические аспекты социальной рекламы                                    | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий                                                                                                                                                                                                                          | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий |
| 5                                                                    | Эффект и эффективность социальной рекламы                                     | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий                                                                                                                                                                                                                          | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий |
| 6                                                                    | Основные направления развития социальной рекламы                              | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий                                                                                                                                                                                                                          | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий |
| <b>Содержание самостоятельной работы по дисциплине на выбор</b>      |                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |
| <b>№ п/п</b>                                                         | <b>Темы дисциплины</b>                                                        | <b>Содержание самостоятельной работы</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>Продукты деятельности</b>                                                                                                      |
| 1                                                                    | Реклама и рекламная деятельность                                              | Подготовить доклад по следующим пунктам: Индивидуальное, массовое и общественное сознание – объекты воздействия рекламы. Формы и способы воздействия рекламы на массовое сознание.                                                                                                                                                                         | Доклады-презентации                                                                                                               |
| 2                                                                    | Основные исторические этапы развития социальной рекламы за рубежом и в России | Подготовить доклад по следующим пунктам: Возникновение, развитие и современное состояние социальной рекламы. Формирование рынка социальной рекламы в современных условиях                                                                                                                                                                                  | Доклады-презентации                                                                                                               |
| 3                                                                    | Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы    | Подготовить доклад по следующим пунктам: Понятие неэтичной рекламы. Проблема профессиональной ответственности. Гражданская, нравственная позиция авторов и участников рекламного процесса. Кодексы рекламистов.                                                                                                                                            | Доклады-презентации                                                                                                               |
| 4                                                                    | Психологические аспекты социальной рекламы                                    | Подготовить доклад по следующим пунктам: Психологические эффекты в рекламе: индивидуальный подход, самоидентификация, манипулирование, мифотворчество, нейролингвистическое программирование и др. Усиление воздействие социальной рекламы с учетом утилитарных, эстетических мотивов, мотивов престижа и традиций в обществе. Конструирование сообщений с | Доклады-презентации                                                                                                               |

|   |                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                     |
|---|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
|   |                                                  | учетом речевой динамики, воздействия звуко сочетаний, мимики и жестикуляции. Необходимость использования современных психологических знаний и открытий в процессе создания социальной рекламы.                                                                                                     |                     |
| 5 | Эффект и эффективность социальной рекламы        | Подготовить доклад по следующим пунктам: Несводимость достижения отдельных прагматических целей к влиянию социальной рекламы на личность, социальную группу и общество в целом. Проблема выделения и определения эффективности социальной рекламы на потребителей рекламы в информационных каналах | Доклады-презентации |
| 6 | Основные направления развития социальной рекламы | Подготовить доклад по следующим пунктам: Специфика создания произведений социальной рекламы. Художественный уровень рекламы и прагматические задачи, их соотношение.                                                                                                                               | Доклады-презентации |

### 5.3.Образовательные технологии

При организации изучения дисциплины будут использованы следующие образовательные технологии: информационно-коммуникационные технологии, технология организации самостоятельной работы, технология рефлексивного обучения, технология модульного обучения, технология игрового обучения, технологии групповой дискуссии, интерактивные технологии, технология проблемного обучения, технология организации учебно-исследовательской деятельности, технология проектного обучения, технология развития критического мышления.

### 5.4. Текущий контроль, промежуточный контроль и промежуточная аттестация

Балльно-рейтинговая карта дисциплины оформлена как приложение к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Дата обращения к электронным учебным изданиям, электронным образовательным ресурсам, современным базам данных и информационным справочным системам совпадает с датой утверждения рабочей программы

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

|      | Авторы, составители                    | Заглавие                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Издательство, год                                                  |
|------|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Л1.1 | Дмитриева Л.М.                         | Социальная реклама : учебное пособие / Л. М. Дмитриева, Ю. С. Вернадская, Т. А. Костылева [и др.] ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 272 с. : ил., табл. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685152">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685152</a> – ISBN 978-5-238-01544-6. – Текст : электронный.                                  | Москва: Юнити-Дана, 2017. – 272 с.                                 |
| Л1.2 | Ковалевский В., Калиева О., Лужнова Н. | Организация рекламной деятельности : учебное пособие / В. Ковалевский, О. Калиева, Н. Лужнова ; Оренбургский государственный университет, Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2012. – 122 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=259222">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=259222</a> – Текст : электронный. | Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2012. - 122 с. |

#### 6.1.2. Дополнительная литература

|      | Авторы, составители | Заглавие, ссылка на электронную библиотечную систему                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Издательство, год              |
|------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| Л2.1 | Гуревич П.С.        | Психология рекламы : учебник / П. С. Гуревич. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 272 с. : ил. – (Учебники профессора П.С. Гуревича. Познание. Вера. Сверхсуществование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685000">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685000</a> – ISBN 5-238-00936-4. – Текст : электронный. | М.: Юнити-Дана, 2017. – 272 с. |

### 6.2 Перечень программного обеспечения

- Acrobat reader DC  
 - Dr.Web Desktop security, Dr.Web Server security  
 - GIMP  
 - Мой офис, сервисы Яндекс 360 для образования (почта, Яндекс Диск, Яндекс Телемост, Яндекс документы, Календарь)  
 - Многофункциональный сервис обмена информацией Мах

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| - Архиватор 7-Zip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| - Браузер Яндекс для организаций                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>6.3 Перечень информационных справочных систем, профессиональных баз данных</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| - Базы данных Springer eBooks                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 7.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации. Комплект учебной мебели, меловая доска, ноутбук, переносное проекционное оборудование (мультимедийный проектор и экран на треноге), портативное звукоусиливающее оборудование. |
| 7.2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, читальный зал. Оснащенность: комплект учебной мебели, ПК-4 шт с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду СГСПУ.                                                                                                                                        |
| 7.3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации. Оснащенность: Комплект учебной мебели, ПК-12шт. с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду СГСПУ, Магнитно-маркерная доска-1шт.     |
| <b>8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>Методические рекомендации для студентов по организации изучения дисциплины</p> <p>Оценка результатов обучения по дисциплине строится в соответствии с балльно-рейтинговой картой. По окончании изучения дисциплины у каждого студента должно сложиться портфолио из оформленных конспектов по темам практических занятий, работ, подготовленных в рамках самостоятельной работы докладов-презентаций.</p> <p>Методические рекомендации для преподавателей по организации изучения дисциплины</p> <p>Организация изучения дисциплины строится с использованием интерактивных форм обучения. Основная задача преподавателя сводится к отслеживанию новых трендов в области массовой информации, демонстрации видеотрансляций конференций и форумов, посвящённых новым медиа. Доклад, в данном случае, должен представлять самостоятельную авторскую работу, а не скупой реферативный текст. Не допускается использование интернет-энциклопедии Wikipedia, за цитирование подобных источников обязательно снижение баллов.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

Балльно-рейтинговая карта дисциплины «Социальная реклама»

Курс 2 Семестр 4

| Вид контроля                                   |                                                         | Минимальное количество баллов | Максимальное количество баллов |
|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| <b>Теоретический аспект социальной рекламы</b> |                                                         |                               |                                |
| Текущий контроль по разделу:                   |                                                         |                               |                                |
| 1                                              | Аудиторная работа                                       | 4                             | 6                              |
| 2                                              | Самостоятельная работа (специальные обязательные формы) | 10                            | 20                             |
| 3                                              | Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)     | 6                             | 12                             |
| Контрольное мероприятие по разделу             |                                                         | 8                             | 12                             |
| Промежуточный контроль                         |                                                         | 28                            | 50                             |
| <b>Практический аспект социальной рекламы</b>  |                                                         |                               |                                |
| Текущий контроль по разделу:                   |                                                         |                               |                                |
| 1                                              | Аудиторная работа                                       | 4                             | 6                              |
| 2                                              | Самостоятельная работа (специальные обязательные формы) | 10                            | 20                             |
| 3                                              | Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)     | 6                             | 12                             |
| Контрольное мероприятие по разделу             |                                                         | 8                             | 12                             |
| Промежуточный контроль                         |                                                         | 28                            | 50                             |
| Итого:                                         |                                                         | <b>56</b>                     | <b>100</b>                     |

| Виды контроля                                            |                                             | Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Темы для изучения и образовательные результаты                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Раздел 1. Теоретический аспект социальной рекламы</b> |                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 1                                                        | Аудиторная работа                           | Выполнение заданий лабораторной работы. Максимальное количество баллов – 6                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Тема:<br>Реклама и рекламная деятельность<br>Основные исторические этапы развития социальной рекламы за рубежом и в России<br>Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы<br><br>Образовательные результаты:<br>Знает систему мероприятий по рекламной поддержке социально значимых идей<br>Умеет применять современные технологии социальных коммуникаций<br>Знает основные технологии создания и воздействия социальной рекламы на целевую аудиторию<br>Знает креативные методики по созданию социальной рекламы<br>Умеет презентовать продукты социальной рекламы |
| 2                                                        | Самостоятельная работа (обязательные формы) | Аналитический обзор современных тенденций социальной рекламы. Максимальное количество баллов - 20                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 3                                                        | Самостоятельная работа (на выбор)           | Подготовка аналитических докладов по следующим темам:<br>Психологические эффекты в рекламе: индивидуальный подход, самоидентификация, манипулирование, мифотворчество, нейролингвистическое программирование и др.<br>Усиление воздействия социальной рекламы с учетом утилитарных, эстетических мотивов, мотивов престижа и традиций в обществе.<br>Максимальное количество баллов – 12 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Контрольное мероприятие по разделу                       |                                             | Тест из 6 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 1 баллу.                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|                                            |                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Промежуточный контроль (количество баллов) | Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 50 баллов |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Практический аспект социальной рекламы     |                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 1                                          | Аудиторная работа                                                                                                              | Выполнение заданий лабораторной работы. Максимальное количество баллов – 6.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2                                          | Самостоятельная работа (обязательные формы)                                                                                    | В рамках специальных обязательных форм самостоятельной работы студенты выполняют следующие задания:<br>Подготовить инфографику (2 балла)<br>Использование разных типов освещения деятельности социального работника (2 балла)<br>Изучение современных социальных акций (2 балла)<br>Написать 5 имиджевых материалов, касающихся благотворительности (4 балла)<br>Проанализировать рекламную работу социального фонда (4 балла)<br>Снять короткий социальный видеоролик (4 балла)<br>Разработать стратегию социальной акции (2 балла)<br>Максимальное количество баллов - 20 |
| 3                                          | Самостоятельная работа (на выбор)                                                                                              | Игра «Краудфандинг». Студенты разрабатывают концепцию краудфандинг-проекта и размещают его на специализированной платформе. (6 баллов)<br>Интервью. Студенты готовят вопросы для имиджевого интервью по социальной тематике с известным человеком. По вопросам можно судить о степени проработки материала (6 баллов)<br>Максимальное количество баллов - 12                                                                                                                                                                                                                |
| Контрольное мероприятие по разделу         |                                                                                                                                | Тест из 6 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 1 баллу.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Промежуточный контроль (количество баллов) | Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 50 баллов |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Промежуточная аттестация                   | Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |