

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В.Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)
Филиал АГУ им. В.Н. Татищева в г. Знаменск

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП


Е.Н.Гребенюк
«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой педагогики,
психологии и гуманитарных дисциплин


Б.В. Рыкова
«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ»

Составитель	Гребенюк Е.Н., доцент, к.п.наук, доцент кафедры ППГД
Согласовано с работодателями	Прохорова Т.Н., директор ГБПОУ АО «Астраханское художественное училище (техникум)» им.П.А.Власова, доктор пед. наук, профессор. Хансиверова С.В., педагог-психолог детского образовательного центра «HE Art» 44.03.02 ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ПЕДАГОГИКА бакалавр
Направление подготовки / специальность	
Направленность (профиль) ОПОП	
Квалификация (степень)	очная
Форма обучения	2024
Год приема	2
Курс	4
Семестр	

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целью освоения дисциплины (модуля) Педагогический потенциал социальной рекламы изучение педагогического потенциала социальной рекламы, роли пиар-технологий в социально-педагогической сфере деятельности.

1.2. Задачи освоения дисциплины (модуля):

- раскрыть педагогический потенциал социальной рекламы, проанализировать влияния PR-технологий на различные социальные группы и слои, молодежь и общество в целом;
- изучить специфику социальной рекламы, PR пропаганды и их роли в обществе;
- ознакомление с основными тенденциями в креативной сфере с методикой оценки рекламного продукта, развитие творческого креативного подхода

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Педагогический потенциал социальной рекламы» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б.В.Д.02.02) и осваивается в 4 семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: « Социально-педагогическое проектирование».

знания:

- законы, закономерности, принципы теории обучения, воспитания и развития личности
- дидактическую и воспитательную системы, их взаимосвязь, механизмы взаимодействия
- психолого-педагогические основы поведения, как функции внутренних состояний человека, особенности межличностного и внутриличностного взаимодействия, феномены групповой динамики, влияния коллектива на воспитание и развитие личности

умения:

- использовать общенаучные методы познания - анализ, синтез, индукцию, дедукцию, классификацию, обобщение, моделирование; управленческие и эвристические методы – структурный, функциональный, сравнительный, факторный анализ и синтез, методы генерирования идей для исследования психолого-педагогических процессов, решения ситуационно возникающих проблем, использовать их на практике и в собственном развитии;
- действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

навыки:

- способами обобщения и критической оценки научных результатов, полученных отечественными и зарубежными исследователями, навыками выявления перспективных направлений, составления программ исследований;
- навыками воспитания и развития личности, основами педагогического менеджмента, культурой педагогической деятельности, педагогического общения, педагогической этики, педагогического творчества.

2.3. Последующие учебные дисциплины, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: Социально-педагогический практикум.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов следующих

компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

Универсальные компетенции (ПК)

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Профессиональные компетенции (ПК)

ПК-3 Способен осуществлять социальное обучение и воспитание обучающихся

ПК-4 Способен осуществлять профилактику и коррекцию социальных девиаций

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
	Знать	Уметь	Владеть
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1.Знает: требования, предъявляемые к проектной работе, способы представления и описания целей и результатов проектной деятельности.	ИУК-2.2. Умеет: формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение; определять ожидаемые результаты решения выделенных задач проекта; проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.3.Владеет: навыками решения конкретных задач проекта заявленного качества и за установленное время; навыками публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта; методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах
ПК-3 Способен осуществлять социальное обучение и воспитание обучающихся	ИПК 3.1. Знает: - закономерности и условия позитивной социализации обучающихся; - особенности позитивной социализации в семье, образовательной среде, социуме по месту жительства, в информационной и социокультурной среде; -методику социального обучения и	ИПК3.2. Умеет: - проектировать и проводить занятия и культурно-просветительские мероприятия по формированию у обучающихся социальной компетентности; - организовывать социально и личностно значимую деятельность обучающихся с целью формирования у них социокультурного опыта; -планировать и проводить мероприятия в целях позитивной социализации обучающихся; - координировать	ИПК3.3. Владеет: - готовностью выявлять социальные потребности обучающихся; - технологиями педагогической поддержки обучающихся

	воспитания обучающихся, имеющих разные социальные потребности; - формы социального партнерства институтов социализации в целях позитивной социализации обучающихся	совместную деятельность с социальными институтами по социально-педагогической поддержке обучающихся; -консультировать педагогов, родителей (законных представителей) и обучающихся по вопросам реализации прав обучающихся в процессе образования.	
ПК-4 Способен осуществлять профилактику и коррекцию социальных девиаций	ИПК4.1. Знает: - права и свободы обучающихся в области образования, - особенности детей, проявляющих девиантное поведение, имеющих различные формы зависимостей; - формы и методы профилактики социальных девиаций, работы с детьми и семьями группы социального риска; - педагогические технологии социальной реабилитации обучающихся, имевших проявления девиантного поведения	ИПК4.2. Умеет: - проводить диагностику школьной дезадаптации и факторов риска социальных девиаций; - осуществлять профилактическую деятельность в образовательном учреждении и по месту жительства обучающихся; -осуществлять педагогическую и методическую поддержку субъектов образовательного процесса по вопросам общения и взаимодействия с обучающимися, имевших проявления девиантного поведения	ИПК4.3. Владеет: - готовностью проводить профилактику и коррекцию социальных девиаций на основе принципов: непрерывности воздействия, вариативности, положительного воздействия социальной и культурной среды, нейтрализации агрессивной подростковой реакции.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах (2 **зачетные единицы**) с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу

обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся составляет: 72 ч.

Из них: лекционных – 15 часа, практических – 15 часа, самост. работа – 42 часов. Итоговый контроль: 4 семестр – зачет.

Таблица 2.
Структура и содержание дисциплины (модуля)

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Семестр	Контактная работа (в часах)					Форма текущего контроля успеваемости <i>(по неделям семестра)</i> Форма промежуточной аттестации <i>(по семестрам)</i>
		Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	
Тема 1. Объект, предмет, методология и методы рекламной деятельности	4	5	5			15	Вопросы для обсуждения
Тема 2. Основные исторические этапы развития и современные школы социальной рекламы за рубежом и в России	4	5	5			13	Вопросы для обсуждения
Тема 3. Место и роль социальной рекламы в жизни современного общества. Особенности социальной рекламы	4	5	5			14	Эссе Практическое задание
		15	15			42	зачет

Примечание: Л – лекции; ПЗ – практические занятия, семинар ЛР – лабораторные работы; КР – курсовая работа; СР – самостоятельная работа по отдельным темам.

Таблица 3.- Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций

Темы, разделы дисциплины	Кол-во часов	Код компетенции УК-2	ПК-3	ПК-4	Σ общее количество компетенций
Тема 1. Объект, предмет, методология и методы рекламной деятельности	25	+	+	+	3
Тема 2. Основные исторические этапы развития и современные школы социальной рекламы за рубежом и в России	23	+	+	+	3
Тема 3. Место и роль социальной рекламы	24	+	+	+	3

в жизни современного общества. Особенности социальной рекламы					
<i>Итого</i>	72				

Краткое содержание тем дисциплины

Тема 1. Объект, предмет, методология и методы рекламной деятельности

Реклама как общественное явление. Субъекты рекламы: рекламодатели, рекламопроизводители, исследовательские организации, средства массовой информации, потребители рекламы, организации, осуществляющие контроль за рекламой. Различные определения рекламы. Реклама в контексте общих социальных теорий.

Индивидуальное, массовое и общественное сознание - объекты воздействия рекламы. Взаимовлияние общества и рекламы. Сопоставление целей рекламодателя и рекламной деятельности. Функции рекламы в обществе: экономическая, социальная, этическое-воспитательная и коммуникативная. Классификация рекламы. Понимание и разновидности рекламной деятельности. Реклама как социальный институт и социальная организация.

Формы и способы воздействия рекламы на массовое сознание. Социальные коммуникации: массовые, межгрупповые, межличностные. Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Устойчивые формы коммуникативного управления (стереотипы). Приемы манипулирования массовым сознанием посредством рекламы. Реклама и Public Relations.

Тема 2. Основные исторические этапы развития и современные школы социальной рекламы за рубежом и в России

Создание обществом в длительном процессе своего развития способов массовой, в том числе и институализированной коммуникации (например: религия, мораль, правосознание и т.п.), которые адаптировали членов общества к определенным моделям поведения и информировали о важнейших групповых ценностях на протяжении всей истории человеческой цивилизации. Историческая трансформация социальной рекламы (с древности до наших дней) как следствие изменения социально-экономических и общественно-политических основ развития.

Интенсивное изменение среды обитания человечества и последующее осознание человечеством психологических дихотомий цивилизационного развития. Глобальные проблемы XXI века и способы выживания человечества. Общечеловеческие ценности и появление феномена - социальной рекламы. Сверхзадачи такого рода рекламной деятельности. Направленность социальной рекламы, особенности этническо-культурных традиций и, как следствие, существование многочисленных различных школ социальной рекламы в России и за рубежом.

Возникновение, развитие и современное состояние социальной рекламы - свидетельство динамичного расширения сфер ее влияния в современном мире.

Тема 3. Место и роль социальной рекламы в жизни современного общества. Особенности социальной рекламы

«Действующие лица» современной социальной рекламы. «Дерево целей» в социальной рекламе. Отношение социума к рекламе вообще и к социальной рекламе в частности («пожиратели» и «ненавистники»). Влияние менталитета граждан (и множества иных факторов) на их отношение к социальной рекламе. Неличный характер рекламы.

Рекламная деятельность как социальное взаимодействие: направленное и постоянно усиливающееся влияние современной рекламы на потребителя с одной стороны и общественное регулирование рекламы - с другой.

Понятие социальной рекламы и ее отличие от других видов рекламы. Особая роль социальной рекламы в жизни общества, ее масштабы и значение. Современная социальная реклама, выражающая и защищающая интересы общества и государства, ее цели и задачи. Социальная реклама как современный образ социально одобряемого и социально неодобряемого действия. Пропаганда общезначимых социальных ценностей.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

Организационно-методической базой проведения лекционных, семинарских занятий является учебный план специальности. На основе него объем часов аудиторных занятий, отведенный для каждой учебной дисциплины и междисциплинарного курса, делится на часы лекционных, практических, лабораторных и других занятий соответствующими кафедрами, с указанием форм контроля текущей и итоговой аттестации обучаемых.

Преподаватель, назначенный для чтения лекций, обязан до начала учебного процесса подготовить учебно-методические материалы, необходимые для проведения лекционных и семинарских занятий. К ним относятся: рабочая программа учебной дисциплины или междисциплинарного курса; методические материалы для проведения семинарских (практических и др.) занятий.

Разработанный комплект учебно-методических материалов предоставляется в бумажном и электронном виде, обсуждается и утверждается на заседании кафедры перед началом учебного года.

Преподаватель обязан проводить лекционные занятия в строгом соответствии с годовым учебным графиком и утвержденным на его основе расписанием лекций.

При разработке методики семинарских занятий важное место занимает вопрос о взаимосвязи между семинаром и лекцией, семинаром и самостоятельной работой студентов, о характере и способах такой взаимосвязи. Семинар не должен повторять лекцию, и, вместе с тем, его руководителю необходимо сохранить связь принципиальных положений лекции с содержанием семинарского занятия.

Как правило, семинару предшествует лекция по той же теме.

Обязательным в начале лекционного, семинарского занятия проводится 5 контроль знаний, обязательным проведение проектной работы в команде.

Преподаватель, проводящий лекционные и семинарские занятия, обязан вести учет посещаемости студентов - по журналам групп. В случае неявки студентов на лекцию преподаватель обязан незамедлительно информировать учебный отдел.

В процессе практических (семинарских) занятий, наряду с формированием умений и навыков, обобщаются, систематизируются, конкретизируются теоретические знания, вырабатывается способность использовать теоретические знания на практике, развиваются интеллектуальные умения.

На практических (семинарских) занятиях применяются следующие формы работы:

- 1) Фронтальная – все студенты выполняют задание;
- 2) Групповая – одна и та же работа выполняется группами из 2-5 человек;
- 3) Индивидуальная – каждый студент выполняет индивидуальное задание.

Структура практических занятий: вступление преподавателя, работа студентов по заданиям преподавателя, которая требует дополнительных разъяснений, собственно практическая часть, включающая разбор конкретных ситуаций, решение ситуационных задач.

В структуре практического занятия традиционно выделяют следующие этапы: организационный этап, контроль исходного уровня знаний (обсуждение вопросов, возникших

у студентов при подготовке к занятию; исходный контроль (тесты, опрос, проверка письменных домашних заданий и т.д.), коррекция знаний студентов), обучающий этап (педагогический рассказ, инструкции по выполнению заданий), самостоятельная работа студентов на занятии, контроль конечного уровня усвоения знаний, заключительный этап.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Самостоятельная работа осуществляется в форме подготовки к практическим занятиям и выполнения творческих заданий. По каждой теме предусмотрено выполнение большого количества разнообразных заданий, направленных на закрепление полученных знаний.

Таблица 4. - Содержание самостоятельной работы обучающихся

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
Тема 1. Объект, предмет, методология и методы рекламной деятельности	15	Вопросы для обсуждения
Тема 2. Основные исторические этапы развития и современные школы социальной рекламы за рубежом и в России	13	Вопросы для обсуждения
Тема 3. Место и роль социальной рекламы в жизни современного общества. Особенности социальной рекламы	14	Эссе Практическое задание

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Требования к составлению реферата

Реферирование, или составление реферата - это краткое изложение содержания теоретического материала. Реферат должен быть написан научным языком. Структура реферата: название реферата; основная идея или суть, основные аспекты теории или концепции, вывод. Средний объем реферата – от 500 до 2500 печатных знаков.

Требования к составлению программы, проекта

Программа, проект - это совокупность, система социальных мероприятий, направленных на решение конкретной социальной проблемы. Проект - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технология), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий учащихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи - решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Структура: тема, актуальность, цель, задачи, система мероприятий, сроки, ответственные, формы и методы работы, желаемый результат, предполагаемые риски. Средний объем – от 12 до 15 стр. концепции, вывод. Средний объем реферата – от 500 до 2500 печатных знаков.

Требования к составлению доклада:

Доклад - публичное сообщение, представляющее собой развернутое изложение на определенную тему.

Общая структура доклада вступление, основная часть и заключение.

Вступление. Формулировка темы доклада, Актуальность выбранной темы, Анализ литературных источников.

Основная часть. Состоит из нескольких разделов, постепенно раскрывающих тему. Возможно использование иллюстрации (графики, диаграммы, фотографии, карты, рисунки)

Изложение материала должно быть связным, последовательным, доказательным. Способ изложения материала для выступления должен носить конспективный или тезисный характер.

Заключение. Подводятся итоги, формулируются главные выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы, предлагаются самые важные практические рекомендации.

Требования к оформлению доклада. Объем машинописного текста доклада должен быть рассчитан на произнесение доклада в течение 7 -10 минут (3-5 машинописных листа текста с докладом).

Требования к написанию эссе

В задании приводится некое утверждение. Нужно написать сочинение-рассуждение, в котором выражается собственное мнение автора касательно данного утверждения.

Эссе должно состоять минимум из 180 и максимум из 275 слов. Если написано меньше 180 слов, то задание проверке не подлежит и оценивается в 0 баллов. Если написано больше 275 слов, то «проверке подлежит только та часть работы, которая соответствует требуемому объёму». Текст организован максимально правильно, т.е. высказывание логично, структура текста соответствует предложенному плану; средства логической связи использованы правильно; текст разделён на абзацы.

Эссе должно быть чётко структурировано и включать в себя следующие части (каждая начинается с нового абзаца):

1. Вступление. Здесь необходимо обозначить проблему, указанную в задании. Важно перефразировать её, а не переписать слово в слово. Также следует дополнить этот тезис небольшим комментарием-пояснением. Закончить вступление можно риторическим вопросом.

2. Выражение собственного мнения. В данном абзаце необходимо тезисно отразить личное отношение автора к данной проблеме и подкрепить его 2-3 развернутыми аргументами. Важно, чтобы доводы были убедительными, ёмкими и логичными. Аргументы вводятся с помощью универсальных слов-связок и фраз.

3. Выражение противоположного мнения. Третий абзац эссе должен содержать точку зрения оппонента. Этот тезис также необходимо подкрепить 1-2 аргументами. Важно, чтобы аргументов у оппонента было на 1 меньше (т.е., если во 2-м абзаце у автора три аргумента, в 3-м должно быть два), потому что цель автора – доказать собственную правоту.

4. Несогласие с мнением оппонентов. Здесь следует опровергнуть мнение оппонента, выразить несогласие автора и подкрепить его 1-2 контраргументами (2 аргумента оппонента = 2 контраргумента автора).

5. Заключение. Последний абзац должен содержать обобщенный вывод касательно обсуждаемого вопроса, который также дополняется комментарием. Можно использовать универсальную фразу, которая заставит читателя задуматься над проблемой.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины применяются следующие образовательные технологии, развивающие у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений и лидерские качества: ролевые игры, моделирование ситуаций общения, преподавание дисциплины в форме курсов, технология peereducation/равный обучает равного; кейс-стади (case-study), педагогические игровые упражнения (в качестве коллективного задания), ситуационные методы.

Таблица 5 – Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое	Лабораторная

		занятие, семинар	работа
Тема 1. Объект, предмет, методология и методы рекламной деятельности	<i>Лекция-диалог</i>	Вопросы для обсуждения	<i>Непредусмотрено</i>
Тема 2. Основные исторические этапы развития и современные школы социальной рекламы за рубежом и в России	<i>Лекция-диалог</i>	Вопросы для обсуждения	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 3. Место и роль социальной рекламы в жизни современного общества. Особенности социальной рекламы	<i>Лекция-диалог</i>	Эссе Практическое задание	<i>Не предусмотрено</i>

6.2. Информационные технологии

- использование возможностей интернета в учебном процессе (использование сайта преподавателя (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление обучающихся с оценками и т.д.));
- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронных библиотек, журналов и т.д.) как источников информации;
- использование возможностей электронной почты преподавателя;
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование интегрированных образовательных сред, где главной составляющей являются не только применяемые технологии, но и содержательная часть, т.е. информационные ресурсы (доступ к мировым информационным ресурсам, на базе которых строится учебный процесс);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Цифровое обучение») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров.

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационных справочных систем

6.3.1 Программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда
Mozilla FireFox	Браузер
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
Far Manager	Файловый менеджер
Notepad++	Текстовый редактор

OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер
Paint .NET	Растровый графический редактор
VLC Player	Медиапроигрыватель
WinDjView	Программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu

6.3.2 Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС»

<http://dlib.eastview.com>

Имя пользователя: AstrGU

Пароль: AstrGU

Электронные версии периодических изданий, размещённые на сайте информационных ресурсов

www.polpred.com

Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем»
<https://library.asu.edu.ru/catalog/>

Электронный каталог «Научные журналы АГУ»

<https://journal.asu.edu.ru/>

Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) – сводная база данных, содержащая полную аналитическую роспись 1800 названий журналов по разным отраслям знаний. Участники проекта предоставляют друг другу электронные копии отсканированных статей из книг, сборников, журналов, содержащихся в фондах их библиотек.

<http://mars.arbicon.ru>

Справочная правовая система КонсультантПлюс.

Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила.

<http://www.consultant.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств.

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Педагогический потенциал социальной рекламы» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. - Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

Контролируемый раздел, тема дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Объект, предмет, методология и методы рекламной деятельности	УК-2, ПК-3, ПК-4	Вопросы для обсуждения
Тема 2. Основные исторические этапы развития и современные школы социальной рекламы за рубежом и в России	УК-2, ПК-3, ПК-4	Вопросы для обсуждения
Тема 3. Место и роль социальной рекламы в жизни современного общества. Особенности социальной рекламы	УК-2, ПК-3, ПК-4	Эссе Практическое задание

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7 - Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8 - Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания

	преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.

Тема 1. Объект, предмет, методология и методы рекламной деятельности

Вопросы для обсуждения

1. Особенности индивидуального и массового сознания
2. Взаимное влияние рекламы и социальных ценностей
3. Современные социальные ценности
4. Задачи внедрения социальных ценностей в массы

Тема 2. Основные исторические этапы развития и современные школы социальной рекламы за рубежом и в России

Вопросы для обсуждения

1. Какую роль сыграло русское народное творчество в зарождении социальной рекламы?
2. Какие профессиональные предпосылки социальной рекламы сложились в России 19 века?
3. Какая тематика была характерна для советской социальной рекламы конца 1910-х - начала 1930-х гг.?
4. Определите специфику социальной рекламы периода Великой Отечественной войны.
5. Опишите основные особенности советской социальной рекламы второй половины 20 века.
6. Какое развитие прошла социальная реклама в постсоветской России?
7. Каковы истоки возникновения западноевропейской социальной рекламы?
8. Опишите развитие социальной рекламы в США.
9. Какова история социальной рекламы в Великобритании?
10. Охарактеризуйте становление социальной рекламы в Германии

Тема 3. Место и роль социальной рекламы в жизни современного общества. Особенности социальной рекламы

Практическое задание 1 «Современные социальные ценности и задачи их внедрения в массы»

1. Особенности индивидуального и массового сознания
2. Взаимное влияние рекламы и социальных ценностей
3. Современные социальные ценности
4. Задачи внедрения социальных ценностей в массы

Практическое задание 2 «Критерии эффективности социальной рекламы»

1. Способы анализа эффективности социальной рекламы
2. Эффективность информационных каналов в процессе влияния социальной рекламы на потребителей.
3. Критерии эффективности социальной рекламы.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если содержание соответствует целям и задачам дисциплины, умеет анализировать и обобщать информационный материал, логично и последовательность подавать материал, аргументировать выводы, соблюдает нормоконтроль: стандарт оформления, цитаты, ссылки по заявленной теме;
- оценка «хорошо» - если студент показывает хорошие знания, допускает единичные ошибки, анализирует различные теоретические положения;
- оценка «удовлетворительно» - если студент демонстрирует разрозненные знания, не способен провести анализ и дать оценку различным теоретическим положениям;
- оценка «неудовлетворительно» - если студент не может правильно ответить на поставленные вопросы, не способен провести анализ и дать оценку различным теоретическим положениям.

Примерные темы эссе:

1. Роль социальной рекламы в коммуникациях современного общества.
2. Социальная реклама и ее роль в механизмах саморегуляции общества.
3. Влияние социальной рекламы на жизнь личности, социальных групп и общества.
4. Идеи и инновации современной социальной рекламы.
5. Социальная реклама как диагностика общественного мнения.
6. Проблемы этики в социальной рекламе.
7. Социальная реклама и средства массовой информации.
8. Традиции социальной рекламы в различных обществах.
9. Социальная и политическая реклама.
10. Рекламная деятельность как явление экономики, социальной психологии и культуры.
11. Психологические основы рекламной коммуникации.
12. Социальная реклама как средство психологического воздействия.
13. Влияние стереотипов на восприятие содержания социальной рекламы.
14. Социальная реклама как элемент национальной культуры.
15. Проблема отношения общества к социальной рекламе.

Критерии оценки:

- «Отлично» - дается комплексная характеристика; демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их обосновать; последовательное, правильное изложение; умение делать необходимые выводы.
- «Хорошо» - дается комплексная характеристика; демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их обосновать; последовательное, правильное изложение; умение делать необходимые выводы; возможны единичные ошибки
- «Удовлетворительно» - затруднения с комплексной характеристикой; неполное теоретическое обоснование, требующее дополнения; затруднения в формулировке выводов.
- «Неудовлетворительно» - неправильная изложение, отсутствие теоретического обоснования, неумение делать выводы.

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
Код и наименование проверяемой компетенции				
1	Задание закрытого типа	Социальная реклама как направление берет начало 1 на рубеже 19 и 20 веков 2 на рубеже 20 и 21 веков	1	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		3 20 веке 4 в начале 21 века		
2		Социальная реклама направлена 1 на выявление и поиски решения проблем, значимых для общества на распространение информации о товарах и услугах 3 на выявление лучших производителей товаров и услуг	3	3
3		Заказчиками социальной рекламы могут являться Гринпис Медиахолдинги Красный крест Международные организации по защите животных Предприятия сферы услуг и общественного питания любые организации и структуры	1	3
4		В чем заключается миссия социальной рекламы 1 продать товар или услугу 2 изменить модель поведения 3 создать имидж	5	3
5		Из указанных направлений социальной рекламы укажите ей несвойственное 1 общественная 2 социальная некоммерческая коммерческая государственная	2	3
6	Задание открытого типа	социальная реклама - это	реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная	5

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			на достижение благотворительных целей	
7		В чем основная особенность социальной рекламы	должна быть направлена на быстрое решение общественной проблемы	5
8		Укажите современную тематику социальной рекламы	борьба с табакокурением борьба с алкоголем борьба наркотиками формирование культуры гигиены борьба за ЗОЖ	5
9		Какие барьеры саморазвития выделяют?	- барьер отсутствия ответственности за собственную жизнь (т.е. стечение случайных событий и обстоятельств, когда человек не способен и не может по объективным причинам нести ответственность за все, что с ним происходит); - неразвитость способности к самопознанию; - влиянием сложившихся стереотипов и установок; - несформированность механизмов саморазвития; - препятствиями, которые создают другие люди, для которых саморазвитие, самосовершенствование кого-либо, кроме них, вызывают реакцию противодействия, осложненную чувством зависти и стремлением к личностному превосходству.	5-8
10		Назовите факторы социализации личности	1. Макрофакторы – страна, государство, общество, культура. 2. Микрофакторы – семья, микросоциум, институты воспитания,	5-8

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			религиозные организации. 3. Мезофакторы – этнос, региональные условия, тип поселения, СМИ.	

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Таблица 10 – Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
Основной блок				
	<i>Ответ на занятия</i>	2/20	40	
	<i>Выполнение практического задания</i>	2/20	40	
	<i>Написание эссе</i>	1/10	10	
Всего			90	-
Блок бонусов				
	<i>Посещение занятий</i>		5	
	<i>Своевременное выполнение всех заданий</i>		5	
Всего			10	-
ИТОГО			100	-

Таблица 11 – Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
<i>Опоздание на занятие</i>	- 5
<i>Нарушение учебной дисциплины</i>	- 5
<i>Неготовность к занятию</i>	-10
<i>Пропуск занятия без уважительной причины</i>	-10

Таблица 12 – Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	Зачтено
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1 Основная литература:

1. Социальная реклама : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / Л. М. Дмитриева, Ю. С. Бернадская, Т. А. Костылева [и др.] ; под редакцией Л. М. Дмитриевой. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — ISBN 978-5-238-01544-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81676.html> (дата обращения: 07.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Голуб, О. Ю. Социальная реклама : учебное пособие / О. Ю. Голуб. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 178 с. — ISBN 978-5-394-02019-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57123.html> (дата обращения: 07.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.2 Дополнительная литература:

1. Социология рекламной деятельности [Электронный ресурс]: Учебник / Федотова Л.Н. - М. : Издательство Московского государственного университета, 2014. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785190108446.html>
2. Массмедиа в условиях глобализации : Информационно-коммуникационная безопасность [Электронный ресурс] / Василенко В.И. - М. : Проспект, 2015. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392174430.html>
3. Содержание и методика педагогической деятельности в социальной работе (социальная педагогика) : учебное пособие для студентов педагогических вузов / Н. А. Соколова, Н. П.

Артемьева, В. Ф. Жеребкина [и др.] ; под редакцией Н. А. Соколова. — Челябинск : Челябинский государственный педагогический университет, 2014. — 350 с. — ISBN 978-5-906777-07-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/31919.html> (дата обращения: 07.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.3 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронная библиотечная система IPRbooks. www.iprbookshop.ru
2. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Материально-техническое обеспечение дисциплины «Педагогический потенциал социальной рекламы» включает:

- аудиторию для проведения лекционных и практических занятий, оборудованную учебной мебелью, видеопроекторным оборудованием для презентаций и экраном;
- возможность пользования библиотекой и читальным залом, оснащенным компьютерной техникой для доступа к базам данных Интернет и электронному каталогу библиотеки АГУ.

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При

необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).