

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

Утверждаю
Декан СПФ
_____ Т.В. По
«23» мая 2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Теория и практика социальной рекламы

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере
Квалификация выпускника: Бакалавр
Форма обучения очная, заочная

год начала подготовки – 2022

Разработана
канд. филол. наук доцент кафедры СГД
_____ А.А. Двоенко

Согласована
зав. выпускающей кафедры СГД
_____ Е.В. Смирнова

Рекомендована
на заседании кафедры СГД
от «23» мая 2022 г.
протокол № 11
Зав. кафедрой _____ Е.В. Смирнова

Одобрена
на заседании учебно-методической
комиссии СПФ
от «23» мая 2022 г.
протокол № 9
Председатель УМК
_____ Т. В. Поштарева

Ставрополь, 2022 г.

Содержание

	Стр.
1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	3
5. Содержание и структура дисциплины	5
5.1. Содержание дисциплины	5
5.2. Структура дисциплины	5
5.3. Занятия семинарского типа	6
5.4. Курсовой проект (курсовая работа, реферат, контрольная работа)	6
5.5. Самостоятельная работа	6
6. Образовательные технологии	6
7. Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	7
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	7
8.1. Основная литература	7
8.2. Дополнительная литература	7
8.3. Программное обеспечение	7
8.4. Профессиональные базы данных	7
8.5. Информационные справочные системы	8
8.6. Интернет-ресурсы	8
8.7. Методические указания по освоению дисциплины	8
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	13
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	14
Приложение к рабочей программе дисциплины	15

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Теория и практика социальной рекламы» являются:

- формирование знаний о научных, правовых, социокультурных основах социальной рекламы;
- формирование умений и навыков создания и распространения социальной рекламы и социальной рекламной кампании.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Теория и практика социальной рекламы» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 – Дисциплины (модули) (Б.1.Б.14) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Основы рекламы и PR	Реклама в средствах массовой информации
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	Инновации в рекламной деятельности
	Разработка рекламного продукта
	Реклама в средствах массовой информации
	Профессионально-творческая практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами общества для решения поставленных задач	Знает особенности работы в коллективе.
		Умеет применять современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач.
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Применяет принципы социальной ответственности в профессиональной деятельности	Знает принципы социальной ответственности при разработке рекламы
		Умеет учитывать особенности и потребности различных групп населения в своей профессиональной деятельности
	ОПК-7.2. Учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	Владет навыками планирования социальной рекламной кампании.
		Знает психологические эффекты социальной рекламы
	Умеет провести оценку психологической эффективности социальной рекламы	
	Владет навыками прогнозирования возможных последствий и эффектов при трансляции социальной рекламы	

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		6
Контактная работа (всего)	40	40
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	20	20
из них	-	-
- лекции	20	20

2) занятия семинарского типа (ПЗ)	20	20
из них	-	-
- семинары (С)	10	10
- практические занятия (ПР)	10	10
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации		
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация		
Самостоятельная работа (всего) (СР)	104	104
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	104	104
Подготовка к аттестации		
Общий объем, час	144	144
Форма промежуточной аттестации	Диф.зачет	Диф.зачет

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		6
Контактная работа (всего)	12,3	12,3
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	4	4
из них	-	-
- лекции	4	4
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	8	8
из них	-	-
- семинары (С)	4	4
- практические занятия (ПР)	4	4
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,3	0,3
Самостоятельная работа (всего) (СР)	131,7	131,7
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	128	128
Подготовка к аттестации	3,7	3,7

Общий объем, час	144	144
Форма промежуточной аттестации	Диф.зачет	Диф.зачет

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1.	Специфика социальной рекламы	Социальная реклама: цели, функции и задачи. Базовые понятия социальной рекламы. Сравнительная характеристика социальной и коммерческой рекламы. Тематика социальной рекламы и российское общество. Основные этапы развития социальной рекламы. Планирование социальной рекламной кампании. Общественные и культурные основы социальной рекламы. Тематическая классификация типов социальной рекламы и ее эффективность. Особенности работы в коллективе при создании социальной рекламы.
2.	История социальной рекламы	Дореволюционная практика социальной рекламы. Социальная реклама в советский период. Становление социальной рекламы в современной России. Разновидности современной социальной рекламы. Особенности социальной рекламы в странах СНГ
3.	Технологические аспекты проектирования социальной рекламы	Креатив в социальной рекламе. Формы и функции рекламного креатива. Правила визуализации. Методика РАМ-проводника. Отдаленное ассоциативное согласование. Методика слома стереотипа. Стереотип, разрыв и видение. Ведущие и официальные лица социальных проектов. Современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач.
4.	Вербальная составляющая социальной рекламы	Социальный слоган. Типология социальных текстов. Стилистика социальной рекламы. Аргументация. ИмPLICITная информация и «якорение» в социальной рекламе. Принципы социальной ответственности при разработке рекламы. Учет особенности и потребности различных групп населения в своей профессиональной деятельности по созданию социальной рекламы.
5.	Оценка эффективности социальной рекламы	Общие проблемы и направления исследований. Социометрические исследования социальной рекламы. Влияние когнитивных реакций на эффективность социальной рекламы. Оценка рекламо-способности социальных обращений. Критерии коммуникативной эффективности социальной рекламы. Психологические эффекты социальной рекламы. Оценка психологической эффективности. Эффективность медиастратегии и бюджета кампании. Роль управленческой и общественной деятельности в эффективности социальной рекламы. Принципы социальной ответственности при разработке рекламы. Прогнозирование возможных последствий и эффектов при трансляции социальной рекламы.

5.2. Структура дисциплины Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	Специфика социальной рекламы	28	4	2	2	-	20
2.	История социальной рекламы	28	4	2	2	-	20
3.	Технологические аспекты проектирования социальной рекламы	28	4	2	2	-	20
4.	Вербальная составляющая социальной рекламы	28	4	2	2	-	20
5.	Оценка эффективности социальной рекламы	32	4	2	2	-	24
	Групповые консультации						
	Аттестация - экзамен						
	Общий объем	144	20	10	10	-	104

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	Специфика социальной рекламы	27	2			-	25
2.	История социальной рекламы	27		2		-	25
3.	Технологические аспекты проектирования	29	2	2		-	25

	социальной рекламы					
4.	Вербальная составляющая социальной рекламы	27	-		2	25
5.	Оценка эффективности социальной рекламы	30	-		2	28
	Аттестация - экзамен	4				
	Общий объем	144	4	4	4	128

5.3. Занятия семинарского типа

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Кол-во часов
1.	1.	С, ПР	Специфика социальной рекламы	2/2
2.	2.	С, ПР	История социальной рекламы	2/2
3.	3.	С, ПР	Технологические аспекты проектирования социальной рекламы	2/2
4.	4.	С, ПР	Вербальная составляющая социальной рекламы	2/2
5.	5.	С, ПР	Оценка эффективности социальной рекламы	2/2
			Общий объем	10/10

Заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Кол-во часов
1.	1.	ПР	Специфика социальной рекламы	-
2.	2.	С	История социальной рекламы	2
3.	3.	С	Технологические аспекты проектирования социальной рекламы	2
4.	4.	ПР	Вербальная составляющая социальной рекламы	2
5.	5.	ПР	Оценка эффективности социальной рекламы	2
			Общий объем	8

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа) *не предусмотрены*

5.5. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов
1.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	20
2.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	20
3.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	20
4.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	20
5.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	24

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов
1.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	25
2.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	25
3.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	25
4.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	25
5.	Работа с научными источниками. Подготовка к практическому занятию.	28

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

При чтении лекций по всем темам активно используется компьютерная техника для демонстрации слайдов с помощью программного приложения Microsoft Power Point. На семинарских и практических занятиях студенты

представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения Microsoft Power Point, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

При подготовке студентов применяется самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных.

Интерактивные и активные образовательные технологии

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов
4.	С	Дискуссия	2
5.	ПР	Презентация	2

Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия	Виды работ	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
3,4	ПР	Разработать социальную рекламу (видео, аудио, баннер/плакат по выбору студента)	4	2

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств по дисциплине приводится в приложении и входит в рабочую программу данной дисциплины.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

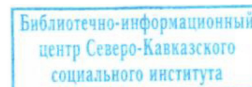
- Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для вузов / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 155 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12757-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448252>
- Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450406>.

8.2. Дополнительная литература

- Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454344>.
- Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 462 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-02457-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/414943>

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Яндекс 360, Google Chrome, Яндекс.Браузер.



8.4. Профессиональные базы данных

База данных рекламы и PR - <http://www.adbusiness.ru/>
 Directory of Open Access Journals (DOAJ) - <https://doaj.org/>

8.5. Информационные справочные системы

IC: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>
 Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>
 Поисковые системы
 Поисковая система Yandex - <https://www.yandex.ru/>
 Поисковая система Rambler - <https://www.rambler.ru/>

8.6. Интернет-ресурсы

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://www.window.edu.ru>

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru/>

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

Национальная Электронная Библиотека (НЭБ) - <https://нэб.рф>

Онлайн-курсы ведущих вузов страны для студентов - https://www.minobrnauki.gov.ru/common/upload/library/2020/03/Spisok_onlayn-kursov.pdf

Открытый лекторий ученых МГУ - <https://teach-in.ru/>

Открытый образовательный видеопортал UniverTV.ru - <http://univertv.ru/>

Просветительский проект Лекториум - <https://www.lektorium.tv/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru/>

Электронная библиотечная система «СКСИ» - <https://www.sksi.ru/environment/ebs/1363/>

Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - <http://www.iprbookshop.ru/>

Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» - <https://urait.ru/>

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Система знаний по дисциплине формируется в ходе аудиторных и внеаудиторных (самостоятельных) занятий. Используя лекционный материал, учебники или учебные пособия, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, студент готовится к практическим занятиям, рассматривая их как пополнение, углубление, систематизацию своих теоретических знаний. Спецификой заочной формы обучения является преобладающее количество часов самостоятельной работы по сравнению с аудиторными занятиями. Ряд тем учебного курса полностью переносится на самостоятельное изучение.

Студент должен прийти в высшую школу с полным пониманием того, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа лишь создает для этого необходимые условия.

Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления им с программой учебного курса. Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы программы учебного курса и с какой глубиной раскрыты в данном учебном материале, а какие вообще опущены.

Любая научный предмет, так же как и данная дисциплина, имеет свой категориально-понятийный аппарат. Научные понятия - это та база, на которой «стоит» каждая наука. Понятия - узловые, опорные пункты как научного, так и учебного познания, логические ступени движения в учебе от простого к сложному, от явления к сущности. Без ясного понимания понятий учеба крайне затрудняется, а содержание приобретенных знаний становится тусклым, расплывчатым, напоминая недостроенное здание или еще того хуже: здание без фундамента. Понятие в узком понимании – это определение (дефиниция) того или иного факта, явления, предмета. Такие определения составляют категориально-понятийный аппарат. Они, как правило, кратки по содержанию, схватывают суть дела.

Понятия в широком смысле есть обобщенная концептуальная характеристика определенного явления. Когда в заголовок темы вносится слово «понятие», то это первый признак того, что в данном случае речь идет не о дефиниции (определении), а о сжатой, обобщенной концептуальной характеристике изучаемого явления.

Нелишне иметь в виду и то; что каждый учебник или учебное пособие имеет свою логику построения, которая, естественно, не совпадает с логикой данной Программы учебного курса. Одни авторы более широко, а другие более узко рассматривают ту или иную проблему. Одни выделяют ее в отдельную главу, а другие, включают в состав главы. Учебник или учебное пособие целесообразно изучать последовательно, главу за главой, как это сделано в них. При этом, обращаясь к Программе учебного курса, следует постоянно отмечать, какие ее вопросы (пусть в иной логической последовательности) рассмотрены в данной главе учебника, учебного пособия, а какие опущены. По завершении работы над учебником у Вас должна быть ясность в том, какие темы, вопросы Программы учебного курса Вы уже изучили, а какие предстоит изучить по другим источникам.

Методические указания по работе над учебными лекциями по данной дисциплине.

Проработка лекционного курса является одной из важных активных форм самостоятельной работы. Лекция преподавателя представляет плод его индивидуального творчества. Он читает свой авторский курс со своей логикой и со своими теоретическими и методическими подходами. Это делает лекционный курс конкретного преподавателя интересным индивидуально-личностным событием. Кроме того, в своих лекциях преподаватель стремится преодолеть многие недостатки, присущие опубликованным учебникам, учебным пособиям, лекционным курсам. В лекциях находят освещение сложные вопросы Федерального образовательного стандарта, которые вызывают затруднения у студентов.

Сетка часов, отведенная для лекционного курса, не позволяет реализовать в лекциях всей учебной программы. Исходя из этого, каждый лектор создает свою тематику лекций, которую в устной или письменной форме представляет студентам при первой встрече. В создании своего авторского лекционного курса преподаватель руководствуется двумя документами - Государственным образовательным стандартом и Учебной программой. Кафедра не допускает стандартизации лекционных курсов. Именно поэтому в учебно-методическом пособии отсутствует подробный план лекционного курса, а дана лишь его тематика, носящая для лекторов рекомендательный характер.

Методические указания по подготовке к занятиям семинарского типа

Семинарские занятия являются одним из основных звеньев процесса изучения дисциплины. Цель занятий заключается в уяснении и усвоении студентами важнейших правовых категорий и понятий, выработанных отраслью рекламы и имеющих принципиальное методологическое и практическое значение для всего комплекса экономических наук.

В ходе семинарских занятий студент закрепляет и углубляет знания, полученные на лекциях и в ходе самостоятельной подготовки, приобретает навыки научного мышления, обработки общей и специальной информации о рекламе, умение последовательно, четко и аргументировано излагать свои мысли, отстаивать собственные позиции.

Планы семинарских занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по данной дисциплине.

Прежде чем приступить к изучению темы, необходимо просмотреть основные вопросы плана семинарского занятия. Начиная подготовку к семинарскому занятию, студентам необходимо, прежде всего, посмотреть конспекты лекций, разделы учебников и учебных пособий, чтобы получить общее представление о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует поработать с дополнительной литературой, сделать конспекты практических занятий по рекомендованным источникам.

Конспекты лекционных занятий имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемой темы, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора.

Ведение конспекта способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего конспекты, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний.

При конспектировании можно использовать следующие формы записи: план (простой и развернутый), выписки, тезисы.

При введении конспекта важно развивать умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал, а также составлять конспект с учетом своего будущего устного выступления.

Методические указания по подготовке к практическим занятиям

На практическом занятии каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта, тем более учебника. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам, использовать знание учебной и дополнительной литературы, факты и наблюдения современной жизни и т. д.

Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый. Преподаватель, в свою очередь, будет внимательно и критически слушать, подмечать особенное в суждениях студентов, улавливать недостатки и ошибки, корректировать их знания, и, в случае необходимости разрешить спорную ситуацию.

Практическое занятие является важнейшей формой усвоения знаний.

Владение понятийным аппаратом – необходимое условие усвоения предмета. В усвоении их весьма эффективно проведение письменных и устных понятийных контрольных работ, терминологических диктантов, тестов. Кроме того, используются различные виды устного опроса: экспресс-опрос, опрос-инверсия.

Экспресс-опрос – это предложение раскрыть названные понятия. Опрос-инверсия, в отличие от задания пояснить значение термина, предложение поставить вопросы. Такой прием способствует не просто «узнаванию» термина, но и вводит его в активный словарь студента.

Практические занятия по предложению преподавателя могут быть проведены в виде свободной дискуссии по существу обсуждаемой темы, в форме выступлений с заранее подготовленными докладами (эссе) по рекомендуемым вопросам и их последующего обсуждения. В ходе занятий студенты могут выполнять письменные задания по вопросам темы, отвечать на контрольные тесты. Также практикуется проведение практических занятий в компьютерном классе в интерактивной форме (обучающие игры, тестирование).

Подготовка к практическим занятиям проходит в несколько этапов: во-первых, необходимо внимательно изучить вопросы и литературу, рекомендованную для анализа; во-вторых, следует произвести поиск дополнительной

информации из известных источников (это могут быть электронные ресурсы; домашние и вузовские библиотеки; кабинет кодификации и т.д.). В третьих, студент может готовиться к практическому занятию как самостоятельно, так и при участии преподавателя, у которого можно проконсультироваться по вопросам практического занятия. В четвертых, подготовка к практическому занятию может быть как индивидуальной, так и коллективной (совместное обсуждение вопросов практического занятия, решение казусов, задач). В-пятых, подготовку к практическому занятию можно проводить (желательно) в письменном виде, составляя конспект литературы по теме или конспект ответа на вопросы практического занятия. В-шестых, при подготовке к практическому занятию необходимо проводить репетиции, если это связано с деловыми играми, ролевыми играми. В-седьмых, при подготовке к практическому занятию студенту необходимо особое внимание обратить на состояние законодательства, которое очень динамично и может измениться накануне занятия.

Методические указания по организации самостоятельной работы студента

Для индивидуализации образовательного процесса самостоятельную работу (СР) можно разделить на базовую и дополнительную.

Базовая СР обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и других форм текущего контроля. Базовая СР может включать следующие формы работ: изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса; выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях; изучение материала, вынесенного на самостоятельное изучение; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контрольной работе или коллоквиуму; подготовка к зачету, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. К ней относятся: подготовка к экзамену; выполнение курсовой работы или проекта; исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах; анализ научной публикации по заранее определенной преподавателем теме; анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, проведение расчетов, составление схем и моделей на основе статистических материалов и др.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям. Основными формами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий); выполнение курсовых работ (проектов) в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ (в часы, предусмотренные учебным планом); прохождение и оформление результатов практик (руководство и оценка уровня сформированности профессиональных умений и навыков); выполнение выпускной квалификационной работы (руководство, консультирование и защита выпускных квалификационных работ) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов, эссе; подготовка к практическим занятиям (подготовка сообщений, докладов, заданий); составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.); углубленный анализ научно-методической литературы (подготовка рецензий, аннотаций на статью, пособие и др.); выполнение заданий по сбору материала во время практики; овладение студентами конкретных учебных модулей, вынесенных на самостоятельное изучение; подбор материала, который может быть использован для написания рефератов, курсовых и квалификационных работ; подготовка презентаций; составление глоссария, кроссворда по конкретной теме; подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, диспуты, деловые игры); анализ деловых ситуаций (мини-кейсов). Границы между этими видами работ относительны, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

Методические указания по проведению групповой, научной дискуссии, диспута

Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия (обсуждение вполголоса). Для проведения такой дискуссии все студенты, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия. Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания. Традиционные материальные

результаты обсуждения таковы: составление списка интересных мыслей, выступление одного или двух членов подгрупп с докладами, составление методических разработок или инструкций, составление плана действий.

Очень важно в конце дискуссии сделать обобщения, сформулировать выводы, показать, к чему ведут ошибки и заблуждения, отметить все идеи и находки группы.

Методические указания по подготовке к устному опросу

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на семинарских занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическому занятию, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей учебной программе и доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу, блиц-опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному опросу по одному практическому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

Методические указания по подготовке к тестированию:

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест.

– Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

– Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

– Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

– Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

– Лучше думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

– Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

– Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность ошибок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

– Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

При подготовке к тесту или даже итоговому экзамену не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

Методические указания по выполнению презентации.

Слово «презентация» обозначает представление, демонстрацию. Обычно для компьютерной презентации используется мультимедийный проектор, отражающий содержимое экрана компьютера на большом экране, вывешенном в аудитории. Презентация представляет собой совмещение видеоряда - последовательности кадров со звуком - последовательностью звукового сопровождения. Презентация тем эффективнее, чем в большей мере в

ней используются возможности мультимедиа технологий.

Презентация представляет собой последовательность слайдов. Отдельный слайд может содержать текст, рисунки, фотографии, анимацию, видео и звук.

С точки зрения организации презентации можно разделить на три класса:

- интерактивные презентации;
- презентации со сценарием;
- непрерывно выполняющиеся презентации.

Интерактивная презентация - диалог между пользователем и компьютером. В этом случае презентацией управляет пользователь, т. е. он сам осуществляет поиск информации, определяет время ее восприятия, а также объем необходимого материала. В таком режиме работает ученик с обучающей программой, реализованной в форме мультимедийной презентации. При индивидуальной работе мультимедийный проектор не требуется. Все интерактивные презентации имеют общее свойство: они управляются событиями. Это означает, что когда происходит некоторое событие (нажатие кнопки мыши или позиционирование указателя мыши на экранном объекте), в ответ выполняется соответствующее действие. Например, после щелчка мышью на фотографии картины начинается звуковой рассказ об истории ее создания.

Презентация со сценарием - показ слайдов под управлением ведущего (докладчика). Такие презентации могут содержать «плывущие» по экрану титры, анимированный текст, диаграммы, графики и другие иллюстрации. Порядок смены слайдов, а также время демонстрации каждого слайда определяет докладчик. Он же произносит текст, комментирующий видеоряд презентации.

В непрерывно выполняющихся презентациях не предусмотрен диалог с пользователем и нет ведущего. Такие самовыполняющиеся презентации обычно демонстрируют на различных выставках.

Создание презентации на заданную тему проходит через следующие этапы:

- 1) создание сценария;
- 2) разработка презентации с использованием программных средств.

Презентация или «слайд-фильм», подготовленная в Power Point, представляет собой последовательность слайдов, которые могут содержать план и основные положения выступления, все необходимые таблицы, диаграммы, схемы, рисунки, входящие в демонстрационный материал. При необходимости в презентацию можно вставить видеоэффекты и звук.

Методические указания по выполнению практических заданий

Практические задания могут выполняться как индивидуально, так и небольшими группами. При выполнении практических заданий следует руководствоваться следующими общими рекомендациями. Для выполнения практического задания необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную; если задание выдается по вариантам, то получить номер варианта исходных данных у преподавателя. Для выполнения практического задания может использоваться метод малых групп. Работа в малых группах предполагает решение определенных образовательных задач в рамках небольших групп с последующим обсуждением полученных результатов. Этот метод развивает навыки сотрудничества, достижения компромиссного решения, аналитические способности. Он предусматривает распределение в рамках группы ролей: ведущего (организатор работы группы), секретаря (записывает результаты обсуждения), докладчика (представляет результаты коллективного анализа проблемы). Смысл работы заключается не только в том, чтобы сформулировать решение какой-либо задачи, но и объективно оценить как свою работу, так и результаты работы других. Результаты работы групп оцениваются по выработанной заранее шкале баллов.

Для выполнения аналитических заданий необходимо:

- определить, какой методикой можно воспользоваться, чтобы выполнить задание, изучить эту методику;
- определить, какую информацию необходимо собрать для выполнения задания;
- подготовить исходные данные для их анализа;
- проанализировать собранную информацию, сделать соответствующие выводы;
- дать оценку ситуации.

Практические задания, заключающиеся в работе с различными документами, предполагают ознакомление с назначением, структурой и содержанием конкретных документов, требованиями к их составлению и оформлению; выполнение практических действий по разработке документа (инструкции, проекта соглашения и др.), заполнению документа, анализу используемых в конкретной организации документов. Например, для того, чтобы проанализировать должностные инструкции и положения о службе персонала конкретной организации, необходимо ознакомиться с требованиями соответствующих профессиональных стандартов (при наличии), обязанностями отдельных категорий персонала, спецификой деятельности этой организации. Для разработки пакета документов поэтапной организации процесса обучения персонала необходимо изучить виды и формы обучения персонала, определить, каким должно быть документационное сопровождение ученичества, стажировок, наставничества.

Выполнение исследовательского задания предполагает следующие этапы:

- определение темы исследования;

- изучение основных понятий;
- разработка программы исследования (описание проблемы, определение объекта и предмета исследования, цели и задач исследования, формулирование гипотезы);
- выбор методов и технологий проведения исследования;
- определение источников информации для целей исследования;
- разработка анкеты для опроса, таблиц для анализа данных, списка вопросов и т.д.;
- сбор информации, её обработка, анализ, формулирование выводов;
- оформление результатов исследования, например, в виде аналитической записки, доклада, презентации, статьи, реферата и т.д.

Практико-ориентированные задания направлены на получение навыков применения теоретических знаний для решения практических профессиональных задач. Выполнение таких заданий включает повторение изученного теоретического материала, постановку задачи, выбор способа решения задачи, подбор исходной информации для её решения, разработку алгоритма практических действий, программы, рекомендаций, сценария и т.д.

Выполнение психодиагностического практического задания представляет собой перенос теоретических знаний на конкретные условия деятельности через заполнение психологического теста и интерпретацию результатов. Выполнение теста осуществляется строго в соответствии с инструкцией. Обработка результатов проводится в соответствии с ключом. После заполнения теста и подсчета результатов важно сформулировать рекомендации по использованию теста в ситуации деловой оценки.

Этапы выполнения психодиагностических практических заданий:

- ознакомление с инструкцией по заполнению методики;
- ответы на вопросы теста и занесение ответов в бланк;
- обработка результатов в соответствии с ключом.

Критерии оценивания выполнения практических заданий приведены в приложении к рабочей программы.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

Для проведения занятий лекционного и семинарского типа используются аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения: экраном, проектором, ноутбуком (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Использование интернет-ресурсов предполагает проведение занятий в компьютерных классах с выходом в Интернет. В компьютерных классах обучающиеся имеют доступ к информационным ресурсам, к базе данных библиотеки (электронно-библиотечная система – <http://www.iprbookshop.ru>).

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
 - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
 - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- 3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;
 - по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
по дисциплине «Теория и практика социальной рекламы»**

**1. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ
ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Описание показателей оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели оценивания и оценочные средства для оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Показатели оценивания (результаты обучения)	Процедуры оценивания (оценочные средства)	
			текущий контроль успеваемости	промежуточная аттестация
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами общества для решения поставленных задач	Знает особенности работы в коллективе.	Устный опрос (№ 5, 25,27) Тест (№ 15, 16) Дискуссия (№ 5, 6) Презентация (№ 1) Практические задания (№ 5,7)	Контрольные вопросы для устного опроса (№ 2, 22, 26) Практические задания (№ 1,3)
		Умеет применять современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач.	Презентация (№ 1) Практические задания (№ 5,7)	Практические задания (№ 1,3)
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Применяет принципы социальной ответственности в профессиональной деятельности	Знает принципы социальной ответственности при разработке рекламы	Устный опрос (№ 5,20) Тест (№ 16,17) Дискуссия (№ 3,6) Презентация (1,10,13) Практические задания (№ 8)	Контрольные вопросы для устного опроса (№ 13,20,26) Практические задания (№ 1, 2, 3, 5, 6,7)
		Умеет учитывать особенности и потребности различных групп населения в своей профессиональной деятельности	Дискуссия (№ 3,6) Презентация (1,10,13) Практические задания (№ 8)	Практические задания (№ 1, 2, 3, 5, 6,7)
		Владеет навыками планирования социальной рекламной кампании	Дискуссия (№ 3,6) Презентация (1,10,13) Практические задания (№ 8)	Практические задания (№ 1, 2, 3, 5, 6,7)
	ОПК-7.2. Учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	Знает психологические эффекты социальной рекламы	Устный опрос (№ 24,26) Тест (№ 18) Презентация (16) Практические задания (№ 6)	Контрольные вопросы для устного опроса (№ 13,14,15,29) Практические задания (№ 3, 4, 5, 6, 7)
		Умеет провести оценку	Презентация (16)	Практические

		психологической эффективности социальной рекламы	Практические задания (№ 6)	задания (№ 3, 4, 5, 6, 7)
		Владеет навыками прогнозирования возможных последствий и эффектов при трансляции социальной рекламы	Презентация (16) Практические задания (№ 6)	Практические задания (№ 3, 4, 5, 6, 7)
Промежуточная аттестация				Дифференцированный зачет

2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

Процедура оценивания происходит с использованием метода дискуссии, презентаций, тестирования, практического задания и устного опроса.

Все виды текущего контроля осуществляются на занятиях семинарского типа и практических занятий.

Методическое описание подготовки и проведения дискуссии

Преподавателю необходимо проанализировать все имеющиеся дискуссионные вопросы изучаемой темы и предложить несколько вопросов на обсуждение студентам. После выбора вопросов к дискуссии, студентам предлагается перечень основных докладов, а также список литературы (до 5 источников). Остальные источники студенты подбирают самостоятельно. Далее, из числа желающих, назначаются ответственные за основные доклады. Кроме того, при необходимости могут быть назначены и содокладчики. На подготовку к дискуссии необходимо отводить не менее двух недель. Число докладов должно быть оптимальным (не более пяти), что позволяет не только заслушать результаты проведенных теоретических исследований студентами, но и обсудить их и сделать определенные выводы.

Перечень вопросов для проведения круглого стола, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения презентации

Темы для изучения и представление их в презентации определяется преподавателем по основным направлениям изучаемой дисциплины. Подготовка к докладу и презентации должна быть оптимальной и менее 1 недели до занятия. Темы для изучения и презентации студенты выбирают самостоятельно.

Перечень вопросов для проведения круглого стола, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения устного опроса

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем занятии.

Количество вопросов определяется преподавателем.

Время проведения опроса от 10 минут до 1 академического часа.

Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Перечень вопросов для проведения устных опросов, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения практических заданий

Преподаватель заранее подготавливает весь информационный комплекс, готовит бланки с практическими заданиями. Время выполнения практических заданий указано в самом бланке. Студенты самостоятельно изучают и прорабатывают теоретический и справочный материал по теме. Практические задания на усмотрение преподавателя могут быть предложены для решения как индивидуально, так и подгруппе студентов (до 3 человек).

Содержание практических заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

2.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачета.

Дифференцированный зачет выставляется по результатам текущего контроля успеваемости.

По очной форме обучения дифференцированный зачет выставляется после последнего занятия семинарского типа в триместре.

Дифференцированный зачет для очно-заочной и заочной формы по дисциплине проводится включает в себя: собеседование преподавателя со студентами по контрольным вопросам (не более 5) и 1 практического задания.

Контрольные вопросы	<p>Контрольный вопрос — это средство контроля усвоения учебного материала дисциплины.</p> <p>Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: беседу преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний студента по определенному разделу, теме дисциплины.</p>
Практическое задание	<p>Оценочное средство, включающее совокупность условий, направленных на выполнение практического задания с целью формирования компетенций, соответствующих основным типам профессиональной деятельности.</p> <p>Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: оценку правильности выполнения практического задания, разбор результатов: письменное выполнение задания, анализ результатов, выявление других путей решения практического задания, схематичное представление результатов (если необходимо). В случае вариативности решения практического задания, следует обосновать все возможные варианты решения.</p>

Перечень контрольных вопросов и ситуационные задачи к дифференцированному зачету, а также критерии и шкала оценки приведены в п. 3. Фонда оценочных средств.

Контрольные вопросы и ситуационные задачи к дифференцированному зачету доводятся до сведения студентов заранее.

При подготовке к ответу пользование учебниками, учебно-методическими пособиями, средствами связи и электронными ресурсами на любых носителях запрещено.

На аттестацию каждого студента отводится 0,3 академических часа (около 14 минут).

3. Типовые контрольные задания

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

3.1 Перечень типовых тестовых заданий

1. Миссия социальной рекламы:

- А. укрепление государственного строя;
- Б. устранение политических разногласий;
- В. продвижение интересов третьего сектора;
- Г. изменение поведенческих моделей в обществе.

2. Когда появилась первая социальная реклама:

- А. в конце XIX века;
- Б. в начале XX века;
- В. в период Первой мировой войны;
- Г. в период Второй мировой войны.

3. Федеральный Закон «О рекламе» был принят в:

- А. 2004 г.;
- Б. 2005 г.;
- В. 2006 г.;
- Г. 2007 г.

4. Кто является автором плаката «Ты записался добровольцем?»

- А. В.Дени;
- Б. Д.Моор;
- В. Э.Лисицкий;
- Г. И.Тойдзе.

5. Отметьте девиз первого российского ролика социальной рекламы:

- А. «Позвоните родителям»;
- Б. «Верю. Люблю. Надеюсь»;
- В. «Кто умен, а кто дурак! Один за книгу, другой в кабаке»;
- Г. «Берегите природу!»

6. Отметьте номер статьи «Социальная реклама» в ФЗ «О рекламе»:

- А. 9;
- Б. 10;
- В. 11;
- Г. 12.

7. «Заплати налоги и спи спокойно» - это:

- А. общественная реклама;
- Б. политическая реклама;
- В. социальная реклама;
- Г. государственная реклама.

8. Кто является автором плаката «Родина-мать зовет!»:

- А. В.Дени;
- Б. Д.Моор;
- В. Э.Лисицкий;
- Г. И.Тоидзе.

9. Что является предметом социальной рекламы:

- А. товар, услуга;
- Б. общественная идея;
- В. организация;
- Г. бренд.

10. Конструктивистский стиль плаката доминировал в период:

- А. Великой Отечественной войны;
- Б. в 1930-е годы;
- В. в послевоенный период;
- Г. в 1920-е годы.

11. Кто является автором плаката «Клином красных бей белых!»:

- А. В.Дени;
- Б. Д.Моор;
- В. Э.Лисицкий;
- Г. И.Тоидзе.

12. К функциям социальной рекламы не относится:

- А. воспитательная;
- Б. информационная;
- В. экономическая;
- Г. развлекательная.

13. Расставьте следующие этапы рекламной кампании в порядке очередности:

- А. выбор рекламных средств и носителей социальной рекламы;
- Б. осуществление рекламной кампании;
- В. определение целевой аудитории;
- Г. ситуационный анализ;
- Д. разработка рекламных сообщений;
- Е. оценка эффективности.

14. Слово или выражение, употребляемое в переносном значении на основе сходства в каком-либо отношении двух предметов или явлений:

- А. метафора;
- Б. троп;
- В. гиперболы.

15. Каковы особенности работы в коллективе при создании социальной рекламы (выберите верный ответ).

- А. социальная направленность работы;
- Б. коммерческая направленность работы;
- В. продвижение товара, услуги;
- Г. эмоциональный отклик потребителя.

16. Принципы социальной ответственности при разработке рекламы.

- А. сотрудничество и взаимопомощь;
- Б. бизнес и коммерция;
- В. ориентация на результат.

17. Что не является этапами планирования социальной рекламной кампании?

- А. ситуационный анализ;
- Б. оценка эффективности РК;
- В. разговор с представителями общественности;
- Г. определение целевой аудитории.

18. Какие ожидаются психологические эффекты от социальной рекламы?

- А. эмоциональный аспект
- Б. материальный аспект

Критерии и шкала оценки

Количество правильных ответов:
Менее 52% - «неудовлетворительно»
53-70% - «удовлетворительно»
71-85 % «хорошо»
86-100% «отлично»

3.2 Типовые вопросы к дискуссии:

1. Историческая трансформация социальной рекламы (с древности до наших дней) как следствие изменения социально-экономических и общественно-политических основ развития.
2. Общечеловеческие ценности и появление феномена - социальной рекламы. Сверхзадачи такого рода рекламной деятельности.
3. Направленность социальной рекламы, особенности этническо-культурных традиций и, как следствие, существование многочисленных различных школ социальной рекламы в России и за рубежом. Учет особенности и потребности различных групп населения в своей профессиональной деятельности по созданию социальной рекламы.
4. Возникновение, развитие и современное состояние социальной рекламы - свидетельство динамичного расширения сфер ее влияния в современном мире.
5. Специфика деятельности и особенности работы в коллективе при создании социальной рекламы.
6. Принципы социальной ответственности при разработке социальной рекламы и рекламных кампаний.

Критерии и шкала оценки дискуссии:

Критерий оценки	Балл
1. Теоретический уровень знаний	0-100
2. Качество ответов на вопросы	0-100
3. Подкрепление материалов фактическими данными (статистические данные или др.)	0-100
4. Практическая ценность материала	0-100
5. Способность делать выводы	0-100
6. Способность отстаивать собственную точку зрения	0-100
7. Способность ориентироваться в представленном материале	0-100
8. Степень участия в общей дискуссии	0-100
<i>Итоговая сумма баллов:</i>	
Количество баллов	Оценка
76–100	Отлично
51–75	Хорошо
26–50	Удовлетворительно
0–25	Неудовлетворительно

3.3 Типовой перечень тем презентаций

1. Социальные функции рекламы. Принципы социальной ответственности при разработке рекламы.
2. Роль рекламы в формировании ценностных ориентаций молодежи.
3. Реклама и ценности инноваций.
4. Современная реклама как форма межкультурной коммуникации.
5. Ориентация рекламы на здоровый образ жизни.
6. Ориентация рекламы на семейные ценности.
7. Социальная реклама в современной России.
8. Западноевропейский опыт создания социальной рекламы.
9. Манипулирование общественным сознанием в рекламе.
10. Реклама как явление массовой культуры. Планирование социальной рекламной кампании.
11. Использование исторической символики в рекламе как метод воспитания национальной культуры.
12. Методы исследования эффективности рекламы.
13. Реклама как элемент социальной коммуникации. Учет особенности и потребности различных групп населения в своей профессиональной деятельности по созданию социальной рекламы.
14. Агрессивная реклама в гражданском обществе.
15. Проблема скрытой рекламы.
16. Психологические и иные последствия и эффекты при трансляции социальной рекламы. Прогнозирование возможных последствий и эффектов при трансляции социальной рекламы.

Критерии и шкала оценки презентации

Оценка	Критерии
Отлично	<i>Отлично</i> ставится, если содержание работы полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять задание в презентации. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Содержание работы полностью соответствует выбранной тематике. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Студент продемонстрировал в полном объеме: необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад студента в работу. Оформление работы в целом отвечают установленным требованиям.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставится, если содержание работы достаточно полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить презентацию, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Достаточно полно освещает заданную тему презентации, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний учебного материала и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. Достаточно обоснование возможности практического использования полученных данных. Достаточно продемонстрирован личный вклад студента в работу. Оформление работы отвечают установленным требованиям.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном</i> ответе содержание работы недостаточно полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует недостаточное освещение заданной темы презентации, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Недостаточно освещает заданную тему презентации, её актуальность и новизну. Научная терминология используется недостаточно, выводы недостаточно обоснованы. Студент обнаруживший знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой. Личный вклад студента в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечают установленным требованиям.
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе содержание работы не соответствует заданию. Выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении презентации. Оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании образовательного учреждения без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний, допущены большие неточности, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем презентации. Оформление работы не отвечают установленным требованиям.

3.4 Типовые практические задания

1. Разработать макет социальной рекламы (буклет, баннер).
2. Разработать проект социальной рекламы для транспорта (для размещения в автобусе, троллейбусе).
3. Провести анализ различных проектов социальной рекламы в печатной продукции (газеты, журналы и т.д.)
4. Провести сравнительный анализ социальной рекламы в зарубежных СМИ и в России. Выделить структурные компоненты в проектировании социальной рекламы.

5. Разработайте общественные правила при разработке рекламы. Выделите особенности работы в коллективе при создании социальной рекламы.
6. Проведите прогнозирование возможных последствий и эффектов при трансляции социальной рекламы (выбрать рекламу по усмотрению студента).
7. Определите современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач по разработке социальной рекламы.
8. Проведите планирование социальной рекламной кампании (тема по выбору студента).

Критерии и шкала оценки

Оценка	Критерии
Отлично	Практическое задание выполнено полностью. Продemonстрировано глубокое, полное раскрытие основных моментов. Студент прогнозировал возможные проблемы, и несколько альтернативных вариантов их решения. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Делаются содержательные выводы. Продemonстрирована способность вовлечения максимального числа участников в дискуссию.
Хорошо	Практическое задание выполнено. Однако обучающийся не продемонстрировал глубокое и полное раскрытие основных моментов в решении задания. Студент прогнозировал возможные проблемы, но не предложил альтернативные варианты их решения. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Делаются выводы. Продemonстрирована способность вовлечения участников в обсуждение дискуссионных вопросов.
Удовлетворительно	Практическое задание выполнено частично. Недостаточно раскрыты основные моменты решения задания. Студент не предложил возможные альтернативные варианты решения проблем. Выводы слабые. Материал изложен бессистемно, без использования научных терминов. Студент не демонстрирует способность вовлечения участников в обсуждение дискуссионных вопросов.
Неудовлетворительно	Практическое задание не выполнено или выполнено неверно. Студент не прогнозировал возможные проблемы и альтернативные варианты их решения. Выводы отсутствуют. Студент не готов к сотрудничеству, не способен к вовлечению участников в обсуждение дискуссионных вопросов.

3.5 Перечень типовых вопросов к устному опросу

1. Социальная реклама: цели, функции и задачи.
2. Сравнительная характеристика социальной и коммерческой рекламы.
3. Тематика социальной рекламы и российское общество.
4. Основные этапы развития социальной рекламы.
5. Планирование социальной рекламной кампании. Принципы социальной ответственности при разработке рекламы.
6. Общественные и культурные основы социальной рекламы.
7. Тематическая классификация типов социальной рекламы и ее эффективность.
8. Дореволюционная практика социальной рекламы.
9. Социальная реклама в советский период.
10. Становление социальной рекламы в современной России.
11. Разновидности современной социальной рекламы.
12. Особенности социальной рекламы в странах СНГ
13. Формы и функции рекламного креатива.
14. Методика RAM-проводника.
15. Методика слома стереотипа. Стереотип, разрыв и видение.
16. Ведущие и официальные лица социальных проектов.
17. Социальный слоган. Типология социальных текстов.
18. Стилистика социальной рекламы. Аргументация.
19. ИмPLICITная информация и «якорение» в социальной рекламе.
20. Социометрические исследования социальной рекламы. Учет особенности и потребности различных групп населения в своей профессиональной деятельности по созданию социальной рекламы.
21. Влияние когнитивных реакций на эффективность социальной рекламы.

22. Критерии коммуникативной эффективности социальной рекламы
23. Эффективность медиастратегии и бюджета кампании.
24. Роль управленческой и общественной деятельности в эффективности социальной рекламы.
25. Принципы социальной ответственности при разработке рекламы. Особенности работы в коллективе при создании социальной рекламы.
26. Прогнозирование возможных последствий и эффектов при трансляции социальной рекламы.
27. Современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач по разработке и проведению социальной рекламы.

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Критерии
Отлично	оценка «отлично», если студент обладает глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе на все вопросы продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросам; использовал примеры из дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу;
Хорошо	оценка «хорошо», если студент обладает достаточно полным знанием программного материала; его ответ представляет грамотное изложение учебного материала по существу; отсутствуют существенные неточности в формулировании понятий; правильно применены теоретические положения, подтвержденные примерами; сделан вывод; но вопрос освещен полностью или доводится до логического завершения при наводящих вопросах преподавателя;
Удовлетворительно	оценка «удовлетворительно», если студент имеет общие знания основного материала без усвоения некоторых существенных положений; формулирует основные понятия с некоторой неточностью; затрудняется в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения; ответ на вопрос преподавателя не полный или не завершен до конца;
Неудовлетворительно	оценка «неудовлетворительно», если студент не знает значительную часть программного материала; допустил существенные ошибки в процессе изложения; не умеет выделить главное и сделать вывод; приводит ошибочные определения; ни один вопрос не рассмотрен до конца, наводящие вопросы не помогают.

Типовые задания для промежуточной аттестации

3.6. Контрольные вопросы к устному опросу для дифференцированного зачета

1. Дайте определение социальной рекламы.
2. Как определяет социальную рекламу ФЗ «О рекламе»? Принципы социальной ответственности при разработке рекламы.
3. Дайте характеристику исторического развития социальной рекламы.
4. Дайте характеристику исторического развития российской социальной рекламы.
5. Охарактеризуйте виды социальной рекламы.
6. Реклама ценностей и информационная реклама: уровень развития в России.
7. Перечислите функции социальной рекламы.
8. Социальная реклама и социальные функции рекламы.
9. Отличие социальной рекламы от коммерческой и политической: цели, задачи, целевая аудитория.
10. Дайте сравнительную характеристику коммерческой и социальной рекламы.
11. Охарактеризуйте тематическое поле социальной рекламы.
12. Дайте сравнительную характеристику тематики российской и зарубежной социальной рекламы.
13. Факторы эффективности социальной рекламы. Учет особенности и потребности различных групп населения в своей профессиональной деятельности по созданию социальной рекламы.
14. Какие эффекты, произведенные социальной рекламой, поддаются измерению?
15. Психологические аспекты социальной рекламы.
16. Лингвистические аспекты рекламного воздействия.
17. Законодательное регулирование социальной рекламы.
18. Есть ли необходимость в создании отдельного закона, регулирующего сферу социальной рекламы?
19. Нравственно-этические ценности современной социальной рекламы.
20. Этапы планирования и реализации социальной рекламной кампании.
21. Роль исследований в планировании социальной рекламной кампании.
22. Общие правила разработки проектов социальной рекламы. Особенности работы в коллективе при создании

социальной рекламы.

23. Роль новых медиаканалов в реализации социальных рекламных кампаний

24. Возникновение новых форм социальной рекламы с развитием Интернет

25. Векторы развития современной социальной рекламы

26. Какие изменения и тенденции в социальной рекламе в России и мире вы можете отметить? Современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач по разработке и проведению социальной рекламы.

27. Какую социальную рекламу вы считаете наиболее и наименее успешной и по каким причинам?

28. Какие из социальных кампаний вы считаете наиболее и наименее успешными и по каким причинам?

29. Прогнозирование возможных последствий и эффектов при трансляции социальной рекламы.

30. Дайте характеристику фестивалей и конкурсов социальной рекламы.

3.7 Контрольные практические задания для дифференцированного зачета

Задание 1.

Проверьте эффективность социальной рекламы: запоминаемость, привлекательность, информативность, побудительность, вербальная точность, эмоциональная насыщенность. (выбор социальной рекламы для анализа по выбору студента).

Какие современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач вы будете применять?

Задание 2.

Выделите психологические аспекты социальной рекламы. Социальной рекламе присущи такие критерии психологической эффективности, как запоминаемость, привлекательность, информативность, побудительность, но с определенными ограничениями. Лингвистический аспект рекламного воздействия. (выбор социальной рекламы для анализа по выбору студента).

Какие особенности и потребности различных групп населения вы учитывали в своей профессиональной деятельности по созданию социальной рекламы?

Задание 3.

Вам поручено выполнение социальной рекламы (видео реклама) по теме «Гармонизация семейных отношений». Составьте план работы над проектом. Выделите особенности работы в коллективе при создании социальной рекламы. Какие особенности и потребности различных групп населения вы учитывали в своей профессиональной деятельности по созданию социальной рекламы?

Какие вы ожидаете психологические эффекты от данной социальной рекламы?

Задание 4.

Вам поручено выполнение социальной рекламы (аудио реклама) по теме «Здоровье нации как основа формирования сильного государства; здоровый образ жизни как основа здоровья и успешности современного человека (поддержка норм здорового образа жизни, борьба с вредными привычками). Защита здоровья населения в период сложной эпидемиологической ситуации» (по выбору студента). Составьте план работы над проектом.

Какие принципы социальной ответственности вы будете соблюдать?

Какие вы ожидаете психологические эффекты от данной социальной рекламы?

Задание 5.

Вам поручено выполнение социальной рекламы (плакат/баннер) по теме «Сохранение уникальных традиций, доставшихся народам от предков, культурного наследия, памятников архитектуры и искусства, транслирующих культурный код России». Составьте план работы над проектом.

Какие принципы социальной ответственности вы будете соблюдать?

Какие особенности и потребности различных групп населения вы учитывали в своей профессиональной деятельности по созданию социальной рекламы?

Какие вы ожидаете психологические эффекты от данной социальной рекламы?

Задание 6.

Студенту предлагаются разнообразные варианты социальной рекламы с различными композиционными решениями разных исторических периодов. Необходимо проанализировать предложенные варианты, обратив внимание на то, какие средства композиции были использованы. (предлагается 2-3 рисунка – социальной рекламы).

Какие принципы социальной ответственности вы будете соблюдать?

Какие вы ожидаете психологические эффекты от данной социальной рекламы?

Задание 7.

Проведите планирование социальной рекламной кампании «Здоровый образ жизни».

Какие вы ожидаете психологические эффекты от данной социальной рекламы?

Какие возможны последствия и эффекты при трансляции социальной рекламы «Здоровый образ жизни».

Критерии и шкала оценки промежуточной аттестации - дифференцированный зачет

Итоговая оценка определяется как средняя арифметическая оценок, полученных в рамках текущего контроля успеваемости, округленная до десятых.

Оценка	Критерии
Отлично	Отлично ставится, если обучающийся получил оценки «отлично», за 80% и более семинаров и практических работ или среднее арифметическое всех полученных в течении триместра оценок равно от 4,5 и выше.
Хорошо	Хорошо ставится, если обучающийся получил оценки «отлично» и «хорошо», за 80% и более семинаров и практических работ, среднее арифметическое всех полученных в течении триместра оценок равно от 4,0 до 4,4.
Удовлетворительно	Оценка удовлетворительно ставится, если обучающийся получил оценки «удовлетворительно», за 80% и более семинаров и практических работ или среднее арифметическое всех полученных в течении триместра оценок равно от 3,0 до 3,9.
Неудовлетворительно	Неудовлетворительно ставится, если студент получил оценки за менее чем 80% семинаров и практических работ, среднее арифметическое всех полученных в течении триместра оценок равно 2,9 и ниже.

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Теория и практика социальной рекламы»
направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере
на 2020/2021, 2021/2022, 2022/23 уч.г.**

Внесенные изменения на 2023/2024 учебный год



ТВЕРЖДАЮ

Декан социально-психологического факультета

Т.В. Поштарева

«19» мая 2023 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Google Chrome, Яндекс Браузер, Яндекс 360, Антивирус

8.4. Профессиональные базы данных

База данных психологов, работающих на территории РФ - <http://www.psychology-guide.ru>

База данных психологических методик - https://hr-portal.ru/psy_tools?ysclid=l6yr3dpf27651016965

8.5. Информационные справочные системы

1С: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>


Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

Поисковая система Google - <https://www.yandex.ru/>

Поисковая система Yandex - <https://www.rambler.ru/>


Поисковая система Yahoo - <https://www.yahoo.com/>

Рабочая программа пересмотрена и рекомендована на заседании кафедры социально-гуманитарных дисциплин от «19» мая 2023 г. протокол № 9
зав. кафедрой  Е.В. Смирнова

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии СПФ
«19» мая 2023 г. протокол № 9

Председатель УМК  Т.В. Поштарева

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей кафедрой социально-гуманитарных наук  Е.В. Смирнова
«19» мая 2023 г. протокол № 9