

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

Утверждаю
Декан СПФ

Т.В. Поштарева
«15» мая 2025 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 – 2025

Разработана
д-р. экон. наук профессор кафедры СГД

Е.Н. Бабина

Согласована
зав. выпускающей кафедры СГД

Е.В. Смирнова

Рекомендована
на заседании кафедры СГД
от «15» мая 2025 г.
протокол № 12
Зав. кафедрой _____ Е.В. Смирнова

Одобрена
на заседании учебно-методической
комиссии СПФ
от «15» мая 2025 г.
протокол № 10
Председатель УМК

Т. В. Поштарева

Ставрополь, 2025 г.

Содержание

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

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

- формирование знаний о научных, правовых, социокультурных основ 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
		Владеет навыками планирования социальной рекламной кампании.
	ОПК-7.2. Учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности	Знает психологические эффекты социальной рекламы
		Умеет провести оценку психологической эффективности социальной рекламы
		Владеет 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)	40,2	40,2
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	0,2	0,2
Самостоятельная работа (всего) (СР)	103,8	103,8
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.)	100	100
Подготовка к аттестации	3,8	3,8
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)	12,2	12,2
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	0,2	0,2
Самостоятельная работа (всего) (СР)	131,8	131,8
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	3,8	3,8

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 RAM-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. Имплицитная 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	28	4	2	2	-	20
	Групповые консультации						
	Аттестация	4					
	Общий объем	144	20	10	10	-	100

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	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.	20

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. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

Типовые контрольные вопросы для устного опроса

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 РАМ-проводника.
15. Методика слома стереотипа. Стереотип, разрыв и видение.

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Критерии
Отлично	<i>Отлично</i> ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие вопросов. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении содержания вопроса используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный.

Хорошо	<i>Хорошо</i> ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно.
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.

Типовые тестовые задания

Задание №1 Задание закрытого типа на установление последовательности

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст и установите последовательность

Текст задания:

Установите в правильной последовательности следующие этапы рекламной кампании в порядке очередности в условиях командной реализации:

- 1 – выбор рекламных средств и носителей социальной рекламы;
- 2 – определение целевой аудитории;
- 3 – ситуационный анализ;
- 4 – разработка рекламных сообщений;
- 5 – оценка эффективности.

Поле для ответа

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--	--

Задание №2 Задание закрытого типа с выбором одного верного ответа из предложенных

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ

Текст задания:

По способам воздействия на потребителя социальная реклама делится на два вида:

- а) вербальная и визуальная;
- б) прямая и косвенная;
- в) эффективная и неэффективная;
- г) рациональная и эмоциональная.

Поле для ответа

Задание №3 Задание закрытого типа с выбором одного верного ответа из предложенных

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ

Текст задания:

В социальной рекламе – исходная форма активности аудитории, которая побуждает его к определенным внутренним или внешним действиям, называется:

- а) потребность
- б) внимание
- в) желание
- г) концентрация

Поле для ответа

Задание №4 Задание закрытого типа с выбором одного верного ответа из предложенных

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ

Текст задания:

Действенный метод рекламного воздействия путем распространения писем, содержащих социальное рекламное сообщение, называется:

- а) факсимиле
- б) директ мейл
- в) бликфанг
- г) блиц-опрос

Поле для ответа

Задание №5 Задание закрытого типа с выбором одного верного ответа из предложенных

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ

Текст задания:

Что является предметом социальной рекламы?

- а) товар, услуга
- б) социально значимая идея
- в) организация
- г) бренд

Поле для ответа

Задание №6 Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Текст задания:

Миссия социальной рекламы:

- а) укрепление государственного строя;
- б) устранение политических разногласий;
- в) продвижение интересов третьего сектора;
- г) изменение поведенческих моделей в обществе.

Поле для ответа

Задание №7 Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Текст задания:

Каковы особенности работы в коллективе при создании социальной рекламы:

- а) социальная направленность работы;
- б) коммерческая направленность работы;
- в) продвижение товара, услуги;
- г) эмоциональный отклик потребителя.

Поле для ответа

Задание №8 Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Текст задания:

Этическое саморегулирование – это

- а) юридические последствия
- б) принятие соответствующих правовых норм в области рекламы
- в) выработка и соблюдение норм, не закрепленных в законе, а добровольно принятых на себя членами корпоративного рекламного сообщества
- г) осуждение рекламных материалов всей общественностью

Поле для ответа

Задание №9 Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Текст задания:

Что не является этапами командного планирования социальной рекламной кампании?

- а) ситуационный анализ;
- б) оценка эффективности РК;
- в) разговор с представителями общественности;

г) определение целевой аудитории

Поле для ответа

Задание №10 Задание открытого типа с развернутым ответом

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Текст задания:

Вам поручено выполнение социальной рекламы (видеореклама) по теме «Гармонизация семейных отношений». Составьте план работы над проектом.

Поле для ответа

Задание №11 Задание открытого типа с развернутым ответом

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Текст задания:

Назовите все известные вам критерии эффективности социальной рекламы, применяемые в ходе ее анализа.

Поле для ответа

Задание №12 Задание открытого типа с развернутым ответом

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Текст задания:

Назовите основные драматургические приемы социальной рекламы.

Поле для ответа

Задание №13 Задание закрытого типа с выбором одного верного ответа из предложенных

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ

Текст задания:

Анализ материала социальной рекламы с точки зрения психологического воздействия на сознание и подсознание потребителя называется:

- а) психологическая экспертиза рекламы
- б) фокус-группа
- в) контент-анализ
- г) НЛП

Поле для ответа

Задание №14 Задание закрытого типа с выбором нескольких верных ответов из предложенных

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильные ответы

Текст задания:

Выберите принципы социальной ответственности при разработке рекламы

- а) сотрудничество и взаимопомощь
- б) бизнес и коммерция
- в) ориентация на результат
- г) дифференциация в коллективе
- д) плюрализм

Поле для ответа

Критерии и шкала оценки

Оценивается количество правильных ответов

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% - «удовлетворительно»

71-85% - «хорошо»

86-100% «отлично»

Типовые практические задания

Задание 1. Вам поручено выполнение социальной рекламы (видеореклама) по теме «Гармонизация семейных отношений». Изучите суть постулируемой проблемы. Составьте план работы над проектом. Какие особенности и потребности различных групп населения вы учитывали в своей профессиональной деятельности по созданию социальной рекламы? Разработайте рекомендации с учётом современных технологий взаимодействия с членами общества для решения поставленных в данном задании задач.

Задание 2. Разработайте социальную рекламу (на примере антинаркотической рекламы) с учётом особенностей и потребностей различных групп населения. Для этого: опишите суть проблемы, укажите группы потребителей антинаркотической рекламы.

Критерии и шкала оценки решения практических заданий

Оценка	Критерии оценки
отлично	Задание решено правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы. Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса.
хорошо	Задание решено правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией.
удовлетворительно	Задание решено правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя. Имеет ограниченные теоретические знания, допускает существенные ошибки

	при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии.
неудовлетворительно	Задание решено неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию.

Типовые задания для промежуточной аттестации

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. Дайте определение социальной рекламы.
17. Как определяет социальную рекламу ФЗ «О рекламе»? Принципы социальной ответственности при разработке рекламы.
18. Дайте характеристику исторического развития социальной рекламы.
19. Дайте характеристику исторического развития российской социальной рекламы.
20. Охарактеризуйте виды социальной рекламы.
21. Реклама ценностей и информационная реклама: уровень развития в России.
22. Перечислите функции социальной рекламы.
23. Социальная реклама и социальные функции рекламы.
24. Отличие социальной рекламы от коммерческой и политической: цели, задачи, целевая аудитория.
25. Дайте сравнительную характеристику коммерческой и социальной рекламы.
26. Охарактеризуйте тематическое поле социальной рекламы.
27. Дайте сравнительную характеристику тематики российской и зарубежной социальной рекламы.
28. Факторы эффективности социальной рекламы. Учет особенности и потребности различных групп населения в своей профессиональной деятельности по созданию социальной рекламы.
29. Какие эффекты, произведенные социальной рекламой, поддаются измерению?

30. Психологические аспекты социальной рекламы.
31. Лингвистические аспекты рекламного воздействия.
32. Законодательное регулирование социальной рекламы.
33. Есть ли необходимость в создании отдельного закона, регулирующего сферу социальной рекламы?
34. Нравственно-этические ценности современной социальной рекламы.
35. Этапы планирования и реализации социальной рекламной кампании.
36. Роль исследований в планировании социальной рекламной кампании.
37. Общие правила разработки проектов социальной рекламы. Особенности работы в коллективе при создании социальной рекламы.
38. Роль новых медиаканалов в реализации социальных рекламных кампаний
39. Возникновение новых форм социальной рекламы с развитием Интернет
40. Векторы развития современной социальной рекламы
41. 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.
42. Какую социальную рекламу вы считаете наиболее и наименее успешной и по каким причинам?
43. Какие из социальных кампаний вы считаете наиболее и наименее успешными и по каким причинам?
44. Прогнозирование возможных последствий и эффектов при трансляции социальной рекламы.
45. Дайте характеристику фестивалей и конкурсов социальной рекламы.

Перечень типовых ситуационных задач к диф.зачету

Ситуационная задача 1.

Разработайте краткий план социальной рекламной кампании на телевидении «Здоровый образ жизни».

Ситуационная задача 2.

Проверьте эффективность социальной рекламы, используя одну из известных вам схем определения эффективности (выбор социальной рекламы для анализа по выбору студента).

Ситуационная задача 3. Вам поручено выполнение социальной рекламы (плакат/баннер) по теме «Безопасность дорожного движения». Какие вы ожидаете возможные последствия и эффекты от данной социальной рекламы?

Оценка	Критерии
Отлично	<i>Отлично</i> ставиться, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие вопросов. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении содержания вопроса используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Ситуационная задача решена правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы.

	Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Ситуационная задача решена правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно. Ситуационная задача решена правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя. Имеет ограниченные теоретические знания, допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии.
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии. Ситуационная задача решена неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

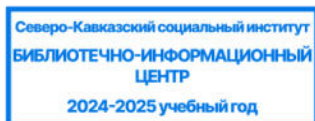
8.1. Основная литература

- 1 Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для вузов / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 145 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12757-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543207>
- 2 Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16649-1. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536261>

8.2. Дополнительная литература

1 Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535909>



8.3. Программное обеспечение

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

8.4. Профессиональные базы данных

База социологических данных ВЦИОМ - <https://bd.wciom.ru/?ysclid=l6vtjr8k1i764289948>

8.5. Информационные справочные системы

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

Поисковые системы

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

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

Поисковая система Rambler - <http://www.rambler.ru>

8.6. Интернет-ресурсы

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

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

Образовательная платформа ЮРАЙТ - <https://urait.ru/>

Цифровой образовательный ресурс IPRsmart - <https://www.iprbookshop.ru>

Электронная библиотечная система «СКСИ» - <https://www.sksi.ru/Environment/EbsSksi>

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.

Любой 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 связана 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 конкретными учебными модулями, 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 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 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

Для проведения лекционных и практических занятий используются аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения: экраном, проектором, компьютером или ноутбуком.

Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор.

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-библиотечные системы - <http://www.iprbookshop.ru/> <https://urait.ru> <https://sksi.ru/Environment/EbsSksi>).

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, оказывающего 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, оказывающего 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.