

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»  
Факультет социальной и коррекционной педагогики  
Кафедра социальной педагогики

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

Ю. А. Жадаев



## Социальная реклама

Программа учебной дисциплины

Направление 44.03.02 «Психолого-педагогическое образование»

Профиль «Психология и социальная педагогика»

*очная форма обучения*

Волгоград  
2016

Обсуждена на заседании кафедры социальной педагогики  
«28» 06 2016 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой И.И. Богданова «28» 06 2016 г.  
(подпись) (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета социальной и  
коррекционной педагогики «29» 08 2016 г., протокол № 1

Председатель учёного совета И.И. Богданова «29» 08 2016 г.  
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»  
«29» 08 2016 г., протокол № 1

**Отметки о внесении изменений в программу:**

Лист изменений № \_\_\_\_\_  
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № \_\_\_\_\_  
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № \_\_\_\_\_  
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

**Разработчики:**

Черников Владимир Александрович, кандидат педагогических наук, доцент кафедры  
социальной педагогики ФГБОУ ВО "ВГСПУ",

Руднева Инна Александровна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной  
педагогики ФГБОУ ВО "ВГСПУ".

Программа дисциплины «Социальная реклама» соответствует требованиям ФГОС ВО по  
направлению подготовки 44.03.02 «Психолого-педагогическое образование» (утверждён  
приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 декабря 2015 г. №  
1457) и базовому учебному плану по направлению подготовки 44.03.02 «Психолого-  
педагогическое образование» (профиль «Психология и социальная педагогика»),  
утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВПО «ВГСПУ» (от 29 августа 2016 г., протокол №  
1).

## **1. Цель освоения дисциплины**

Овладение системой методов и приемов создания и продвижения социальной рекламы.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина «Социальная реклама» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Профильной для данной дисциплины является социально-педагогическая профессиональная деятельность.

Для освоения дисциплины «Социальная реклама» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Основы социальной педагогики», «Самоопределение и профессиональная ориентация учащихся», «Групповые формы работы социального педагога», «Игровые методы социального воспитания (с практикумом)», «Коммуникативный тренинг», «Методика организации волонтерской деятельности», «Методика организации и сопровождения молодежных проектов», «Методика посреднической деятельности», «Методика работы социального педагога», «Система социальной защиты детства», «Социальная политика», «Социально-педагогическое сопровождение семьи», «Социально-психологическая служба образовательного учреждения», «Тренинг в практике социального педагога», прохождения практик «Педагогическая практика (социально-педагогическая)», «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (ознакомительная)», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (комплексная)».

## **3. Планируемые результаты обучения**

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– готовностью к организации мероприятий по развитию и социальной защите обучающегося (ПК-15);

– способностью выступать посредником между обучающимся и различными социальными институтами (ПК-21).

### **В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

#### ***знать***

– систему методов и приемов создания и продвижения социальной рекламы в системе социальной защиты;

– возможности социальной рекламы во взаимодействии с социальными институтами;

#### ***уметь***

– организовать мероприятия по социальной защите обучающихся средствами социальной рекламы;

– выступать посредником между обучающимся и различными социальными институтами;

#### ***владеть***

- опытом создания и продвижения социальной рекламы в системе социальной защиты обучающихся;
- опытом посредничества между обучающимся и различными социальными институтами с использованием возможностей социальной рекламы.

#### 4. Объём дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы                | Всего часов      | Семестры |
|-----------------------------------|------------------|----------|
|                                   |                  | 8        |
| <b>Аудиторные занятия (всего)</b> | 72               | 72       |
| В том числе:                      |                  |          |
| Лекции (Л)                        | 12               | 12       |
| Практические занятия (ПЗ)         | 24               | 24       |
| Лабораторные работы (ЛР)          | 36               | 36       |
| <b>Самостоятельная работа</b>     | 36               | 36       |
| <b>Контроль</b>                   | –                | –        |
| Вид промежуточной аттестации      |                  | ЗЧО      |
| Общая трудоемкость                | часы             | 108      |
|                                   | зачётные единицы | 3        |

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины              | Содержание раздела дисциплины   |
|-------|--|---|
| 1     | Теоретические аспекты социальной рекламы     | Механизмы осуществления рекламной коммуникации в жизни социума. Принципы и функции социальной рекламы. Российский и зарубежный опыт социальной рекламы. Условия эффективности социальной рекламы. Нормативно-правовые и институциональные основы социальной рекламы в России. Социальная реклама в системе социальной защиты обучающихся  |
| 2     | Социальная реклама как социальная технология | Технология разработки рекламной компании в социальной сфере. Семь стадий планирования рекламной деятельности: анализ ситуации, цели маркетинга и рекламный бюджет, выбор целевой аудитории, цели коммуникации и позиционирование, творческая стратегия и стратегия интегрированных коммуникаций, стратегия отбора средств рекламы, контроль кампании и оценка ее эффективности. Применение техник социальной рекламы для профилактики аддиктивного, девиантного и делинквентного поведения молодежи. Применение техник социальной рекламы в организации профессиональной ориентации подростков в системе общего и дополнительного образования. Креативный компонент социальной рекламы. Социальная реклама во взаимодействии с социальными институтами. |

##### 5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины              | Лекц. | Практ. зан. | Лаб. зан. | СРС | Всего |
|-------|--|-------|-------------|-----------|-----|-------|
| 1     | Теоретические аспекты социальной рекламы     | 6     | 12          | 18        | 18  | 54    |
| 2     | Социальная реклама как социальная технология | 6     | 12          | 18        | 18  | 54    |

## 6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### 6.1. Основная литература

1. Голуб О.Ю. Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Голуб О.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 178 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57123>.— ЭБС «IPRbooks».

2. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 538 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10948>.— ЭБС «IPRbooks».

### 6.2. Дополнительная литература

1. Кузнецов, П.А. Социальная реклама. Теория и практика [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 "Реклама", 030602 "Связи с общественностью" / П. А. Кузнецов. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 175 с. - Рекомендовано УМЦ.

2. Платонова, Н.М. Инновации в социальной работе [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению "Социал. работа" / Платонова Наталья Михайловна, Платонов Михаил Юрьевич ; [С.-Петерб. гос. ин-т психологии и соц. работы]. - 2-е изд., стер. - М. : Изд. центр "Академия", 2012. - 247, [3] с. - (Высшее профессиональное образование. Социальная работа) (Бакалавриат). - Рекомендовано УМО по образованию в области социальной работы..

3. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Николайшвили Г.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2008.— 192 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8973>.— ЭБС «IPRbooks».

4. Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью»/ Л.М. Дмитриева [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 271 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34509>.— ЭБС «IPRbooks».

## 7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Специализированный интернет-сайт «Социальная реклама.ru». – URL: <http://www.socreklama.ru>.

2. Сайт о социальной рекламе в России. – URL: <http://www.1soc.ru>.

3. Электронная гуманитарная библиотека. – URL: <http://www.gumfak.ru>.

## 8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Технологии поиска информации в Интернете.
2. Технологии электронной почты (асинхронное взаимодействие в сети Интернет).
3. Технологии обработки текстовой информации.
4. Технологии обработки видеoinформации.

## **9. Материально-техническая база**

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Социальная реклама» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитория для самостоятельной научно-исследовательской работы, оснащенная стандартным набором учебной мебели, компьютерами, стационарным или переносным комплексом мультимедийного презентационного оборудования.

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Дисциплина «Социальная реклама» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций, проведение практических занятий и лабораторных работ. Промежуточная аттестация проводится в форме аттестации с оценкой.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Лабораторная работа представляет собой особый вид индивидуальных практических занятий обучающихся, в ходе которых используются теоретические знания на практике, применяются специальные технические средства, различные инструменты и оборудование. Такие работы призваны углубить профессиональные знания обучающихся, сформировать умения и навыки практической работы в соответствующей отрасли наук. В процессе лабораторной работы обучающийся изучает практическую реализацию тех или иных процессов, сопоставляет полученные результаты с положениями теории, осуществляет интерпретацию результатов работы, оценивает возможность применения полученных знаний на практике.

При подготовке к лабораторным работам следует внимательно ознакомиться с теоретическим материалом по изучаемым темам. Необходимым условием допуска к лабораторным работам, предполагающим использованием специального оборудования и материалов, является освоение правил безопасного поведения при проведении

соответствующих работ. В ходе самой работы необходимо строго придерживаться плана работы, предложенного преподавателем, фиксировать промежуточные результаты работы для отчета по лабораторной работе.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

## **11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Социальная реклама» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

## **12. Фонд оценочных средств**

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.