

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

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.

Для освоения дисциплины «Социальная реклама» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Социальная экология», «Социально-педагогическое проектирование», «Социальные аспекты формирования здорового образа жизни детей и молодежи», прохождения практики «Научно-исследовательская работа».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для прохождения практики «Научно-исследовательская работа».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способностью проектировать и реализовывать образовательные и оздоровительные программы развития детей младшего возраста для организаций, осуществляющих образовательную деятельность (ПК-28);
- готовностью использовать знания о специфике творческой деятельности и способностью к применению творческих технологий в организации внеурочной деятельности обучающихся (СК-1).

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. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 4,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 144 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 18 ч., СРС – 122 ч.),

распределение по семестрам – 2 курс, лето,

форма и место отчётности – аттестация с оценкой (2 курс, лето).

5. Краткое содержание дисциплины

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

Социальная реклама как социальная технология.

Технология разработки рекламной кампании 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.

6. Разработчик

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".