

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»  
Институт психолого-педагогического и социального образования  
Кафедра социальной работы

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ Ю. А. Жадаев

« 22 » апреля 2024 г.

# **Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью**

**Программа учебной дисциплины**

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

*очная форма обучения*

Волгоград  
2024

Обсуждена на заседании кафедры социальной работы  
« 27 » февраля 2024 г., протокол № 7

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Калачев А.В. « 27 » февраля 2024 г.  
(подпись) (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета института психолого-педагогического  
и социального образования « 18 » марта 2024 г. , протокол № 7

Председатель учёного совета Зотова Н.Г. \_\_\_\_\_ « 18 » марта 2024 г.  
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»  
« 22 » апреля 2024 г. , протокол № 9

#### **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:**

Боровицкая Ю. В. К.п.н., доцент кафедры социальной работы ФГБОУ ВО ВГСПУ.

Программа дисциплины «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. N 512 С изменениями и дополнениями от: 26 ноября 2020 г., 8 февраля 2021 г) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 22 апреля 2024 г., протокол № 9).

## 1. Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов знаний об особенностях социокультурной среды посредством изучения основных технологий, реализуемых в сфере рекламы с связями с общественностью.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Иностранный язык», «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью», «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе», «Русский язык», «Теория и практика медиакommunikаций».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Коммуникационные основы деятельности СМИ в связях с общественностью», «Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ», «Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Организация специальных мероприятий в рекламе и связях с общественностью», «Современная пресс-служба», «Управленческие коммуникации в организации», прохождения практики «Профессионально-творческая практика».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);
- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);
- способен организовывать продвижение продукции СМИ (ПК-2).

### В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

#### **знать**

- этапы формирования среды и ее производность от рекламы, типы среды, типы аудитории и культур;
- анализировать типы получаемой и отправляемой информации, а также результаты ее влияния на потребителя;
- основные направления и этапы создания и функционирования социокультурной среды;

#### **уметь**

- выделять основные направления исследования в рамках изучаемой дисциплины, определять ее место в системе научного знания, анализировать причины помех

коммуникации разного уровня;

– определять разного вида помехи в коммуникации (неверное членение речевой цепи, проблемы соотнесения графики со звуками, различия в коннотативной маркированности лексики и т.д.);

– определять структуру социокультурной среды и дифференцировать ее в различных сферах рекламы в зависимости от аудитории;

***владеть***

– понятийным аппаратом данного раздела изучаемой дисциплины, понятийным аппаратом, навыками реализации речевых умений в учебной и профессиональной коммуникации;

– понятийным аппаратом данного раздела, навыками выявления факторов целенаправленного воздействия на аудиторию;

– приемами и методами создания как простейшей так и многоуровневой среды в организации, корпорации, межорганизационной среде.

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

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		4
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	30	30
В том числе:		
Лекции (Л)	10	10
Практические занятия (ПЗ)	20	20
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
<b>Самостоятельная работа</b>	74	74
<b>Контроль</b>	4	4
Вид промежуточной аттестации		ЗЧ
Общая трудоемкость	108	108
часы		
зачётные единицы	3	3

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Понятие и структура социокультурной среды	Основные виды социокультурной среды. Структурные элементы и этапы формирования. Место социокультурной среды в сфере связей с общественностью и рекламы
2	Специфика социокультурной среды, создаваемой посредством рекламы и связей с общественностью	Влияние рекламы и связей с общественностью на формирование определенных видов социокультурной среды. Особенности среды в различных культурах и целевых аудиториях
3	Технологии создания социокультурной среды в сфере связей с общественностью	Основные техники и технологии создания социокультурной среды в рекламе и связях с общественностью

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

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Понятие и структура социокультурной среды	5	5	–	24	34
2	Специфика социокультурной среды, создаваемой посредством рекламы и связей с общественностью	–	5	–	25	30
3	Технологии создания социокультурной среды в сфере связей с общественностью	5	10	–	25	40

## 6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### 6.1. Основная литература

1. Антипов, К. В. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебник / К. В. Антипов ; К. В. Антипов. - Москва : Дашков и К, 2012. - 328 с. - ISBN 978-5-394-01468-0...
2. Васильев Г. А. Основы рекламной деятельности : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 061500 "Маркетинг" / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 414,[2] с. - (Профессиональный учебник. Маркетинг). - ISBN 5-238-00625-X; 25 экз. : 120-80...
3. Ермаков В. В. Рекламное дело : учеб. пособие / В. В. Ермаков ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. - М. : Изд-во МПСИ, 2005 ; Воронеж : НПО "МОДЭК", 2005. - 162,[1] с. - (Библиотека студента). - Библиогр.: с. 181 (21 назв.). - ISBN 5-89502-469-6 (МПСИ); 5-89395-519-6 (НПО"МОДЭК"); 25 экз. : 42-35...
4. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие / . - Саратов : Научная книга, 2012. - 106 с.

### 6.2. Дополнительная литература

1. Бердышев, С. Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. 2-е изд. [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Н. Бердышев ; С. Н. Бердышев. - Москва : Дашков и К ; Ай Пи Эр Медиа, 2012. - 182 с. - ISBN 978-5-394-01530-4...
2. Годин, А. А. Интернет-реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Годин, А. М. Годин, В. М. Комаров ; А. А. Годин. - Москва : Дашков и К, 2012. - 168 с. - ISBN 978-5-394-01485-7...
3. Елина, Е. А. Семиотика рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. А. Елина ; Е. А. Елина. - Москва : Дашков и К ; Ай Пи Эр Медиа, 2010. - 137 с. - ISBN 978-5-394-00254-0...
4. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR [Электронный ресурс] : учебное пособие / И. Ш. Резепов ; И. Ш. Резепов. - Москва : Дашков и К ; Ай Пи Эр Медиа, 2012. - 224 с. - ISBN 978-5-394-00391-2.

## 7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Образовательный портал Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://edu.vspu.ru>.
2. Портал учебной документации Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://matrix19.vspu.ru>.

3. Список социальных сайтов. URL. <https://psysocwork.ru/>.
4. Российская ассоциация по связям с общественностью. URL. <https://www.raso.ru/>.
5. Электронная библиотечная система IPRbooks. URL: <http://iprbookshop.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. Пакет офисных приложений (редактор текстовых документов, презентаций, электронных таблиц).
2. Дистанционное консультирование СРС на образовательном портале ВГСПУ <http://edu.vspu.ru>.
3. Технологии разработки и публикации сетевых документов.
4. Технологии электронной почты (асинхронное взаимодействие в сети Интернет).

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

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.
2. Комплект переносного презентационного оборудования.
3. Учебная аудитория для проведения практических занятий.
4. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения лекционных занятий.
5. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения практических занятий.

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

Дисциплина «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью» относится к вариативной части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

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.

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 «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью» 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.