

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт Экономики и управления АПК
Кафедра Логистики и маркетинга в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института Шاپорова З.Е.

"25" 03 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Пыжикова Н.И.

"28" 03 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Социальная реклама

ФГОС ВО

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код, наименование)

Профиль Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)

Курс 3

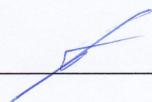
Семестр 5

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2019

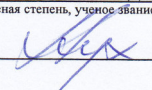
Составитель: Бордаченко Н.С., ст. преподаватель кафедры логистики и маркетинга в АПК
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

 «21» 03 2019 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 6-19 «22» 03 2019 г.

Зав. кафедрой Лукиных В.Ф., д-р экон. наук, профессор
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

 «28» 03 2019 г.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Юношески
управления АПК протокол № 7 «15» 03 2019 г.

Председатель методической комиссии
Белова ЛА (ФИО, ученая степень, ученое звание) «15» 03 2019 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Мужская ЛТ 9741 1/09
(ФИО, ученая степень, ученое звание) «18» 03 2019 г.

Оглавление

АННОТАЦИЯ	5
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ.	5
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
4.1. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.2. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.3. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ	9
4.4. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ.	11
4.4.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....</i>	<i>11</i>
<i>Таблица 6</i>	<i>11</i>
4.4.2. <i>Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы.....</i>	<i>11</i>
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	12
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	12
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ	12
6.2 ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» (ДАЛЕЕ – СЕТЬ «ИНТЕРНЕТ»)	15
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	15
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	17
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17
<i>Изменения</i>	<i>20</i>

Аннотация

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.01 «Социальная реклама» является дисциплиной по выбору части Блока 1 Дисциплины (модули), формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой Логистики и маркетинга в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной (ПК-1), (ПК-8) компетенций.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с понятием «Социальная реклама», технологиями и средствами создания социальной рекламы и ее эффективностью в современных условиях.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические, самостоятельная работа, консультации).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и промежуточный контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (16 часов), практические занятия (34 часов) и 58 часов самостоятельной работы студента, в том числе 14 часов в интерактивной форме.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социальная реклама» является дисциплиной по выбору и включена в ОПОП, в часть блока 1 Дисциплины (модули), формируемой участниками образовательных отношений.

Предшествующими курсами, на которых базируется дисциплина «Социальная реклама», являются: «Теория и практика рекламы», «Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью».

Дисциплина «Социальная реклама» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы **Компетенции, формируемые в результате освоения.**

Целями изучения дисциплины «Социальная реклама» являются:

- ознакомление студентов со специфическим видом рекламы - социальной рекламой, ее функциональными особенностями, историческими корнями

ми, с основами правового и этического регулирования в области социальной рекламы;

- усвоение системы знаний в области социальной рекламы как теоретической и прикладной дисциплины, основных этапов, школ и форм ее развития; особенностей российской социальной рекламы, а также современных методов и методик исследования общественных явлений и процессов, умения применять их на практике;

- формирование у будущих специалистов способности осуществлять профессиональную деятельность с учетом социального контекста.

Задачи дисциплины:

- изучить понятия социальная реклама, генезис социальной рекламы, предназначение, миссию социальной рекламы, нормативно-правовую основу социально рекламы;

- рассмотреть современные научные парадигмы в сфере социальной рекламы;

- уметь практически применять возможности социальной рекламы в социальной сфере, в том числе научиться разрабатывать социальные кампании.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	Знать: основы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами
		Уметь: осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами
		Владеть: навыками проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами
ПК-8	Способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	Знать: основы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами Уметь: осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами Владеть: навыками проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами

3. Организационно-методические данные дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ и по семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	зач. ед.	час.	По семестрам	
			№ 5	
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3,0	108	108	
Контактная работа	1,39	50	50	
в том числе:				
Лекции (Л)/ в том числе в интерактивной форме			16/4	
Практические занятия (ПЗ) /в том числе в интерактивной форме			34/10	
Семинары (С)/ в том числе в интерактивной форме				
Лабораторные работы (ЛР) / в том числе в интерактивной форме				
Самостоятельная работа (СРС)	1,61	58	58	
в том числе:				
самостоятельное изучение тем и разделов			31	
самоподготовка к текущему контролю знаний			18	
подготовка к зачету			9	
Вид контроля:		зачет	зачет	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ЛЗ/ПЗ/С	
Модуль 1 Введение в социальную рекламу	52	8	16	28
Модульная единица 1. Специфика социальной рекламы	26	4	8	14
Модульная единица 2. История социальной рекламы	26	4	8	14
Модуль 2 Практические аспекты социальной рекламы	56	8	18	30
Модульная единица 1. Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы	26	4	8	14
Модульная единица 2. Инструменты воздействия в социальной рекламе	30	4	10	16
ИТОГО	108	16	34	58

4.2. Содержание модулей дисциплины

МОДУЛЬ I «ВВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНУЮ РЕКЛАМУ»

Модульная единица 1 Специфика социальной рекламы

Тема 1. Понятие социальной рекламы. Базовые категории социальной рекламы

Тема 2. Проблематика социальной рекламы

Тема 3. Функции социальной рекламы

Тема 4. Основные характеристики рекламной деятельности как системы коммуникаций

Модульная единица 2 История социальной рекламы

Тема 1. Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития социальной рекламы в России

Тема 2. Социальная реклама за рубежом

МОДУЛЬ II ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Модульная единица 1 Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы

Тема 1. Правовые основы социальной рекламы

Тема 2. Реклама вне закона (этическое саморегулирование)

Модульная единица 2 Инструменты воздействия в социальной рекламе

Тема 1. Воздействие и манипулирование в дискурсе социальной рекламы

Тема 2. Символы Добра и Зла в дискурсе социальной рекламы

Тема 3. Апелляция к страху. Шок в социальной рекламе

Тема 4. Магия интертекста в социальной рекламе. Креатив в рекламе

4.3. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид¹ контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. ВВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНУЮ РЕКЛАМУ		Коллоквиум	8
	Модульная единица 1. Специфика социальной рекламы	Лекция №1. Понятие социальной рекламы. Базовые категории социальной рекламы		1
		Лекция №2. Проблематика социальной рекламы		1
		Лекция №3. Функции социальной рекламы		1
		Лекция №4. Основные характеристики рекламной деятельности как системы коммуникаций		1
	Модульная единица 2. История социальной рекламы	Лекция № 1. Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития социальной рекламы в России		2
		Лекция №2. Социальная реклама за рубежом		2
2.	Модуль 2. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ		Коллоквиум	8
	Модульная единица 1.	Лекция № 1. Правовые основы социальной рекламы		2
		Лекция №2. Реклама вне закона (этическое саморегулирование)		2
	Модульная единица 2.	Лекция № 1. Воздействие и манипулирование в дискурсе социальной рекламы		1
		Лекция № 2. Символы Добра и Зла в дискурсе социальной рекламы		1
		Лекция № 3. Апелляция к страху. Шок в социальной рекламе		1

¹Вид мероприятия: тестирование, коллоквиум, зачет, экзамен, другое

		Лекция № 4. Магия интертекста в социальной рекламе. Креатив в рекламе		1
	ИТОГО		зачет	16

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. ВВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНУЮ РЕКЛАМУ		keys-study	8
	Модульная единица 1. Специфика социальной рекламы	Занятие №1. Понятие социальной рекламы. Базовые категории социальной рекламы		1
		Занятие №2. Проблематика социальной рекламы		1
		Занятие №3. Функции социальной рекламы		1
		Занятие №4. Основные характеристики рекламной деятельности как системы коммуникаций		1
	Модульная единица 2. История социальной рекламы	Занятие № 1. Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития социальной рекламы в России		2
		Занятие №2. Социальная реклама за рубежом		2
2.	Модуль 2. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ		keys-study	8
	Модульная единица 1.	Занятие № 1. Правовые основы социальной рекламы		2
		Занятие №2. Реклама вне закона (этическое саморегулирование)		2
	Модульная единица 2.	Занятие № 1. Воздействие и манипулирование в дискурсе социальной рекламы		1
		Занятие № 2. Символы Добра и Зла в дискурсе социальной рекламы		1
		Занятие № 3. Апелляция к страху. Шок в социальной рекламе		1
		Занятие № 4. Магия интертекста в социальной рекламе. Креатив в рекламе		1
	ИТОГО		зачет	16

²Вид мероприятия: тестирование, коллоквиум, зачет, экзамен, другое

4.4. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний.

Самостоятельная работа студентов (СРС) организуется с целью развития навыков работы с учебной и научной литературой, выработки способности вести научно-исследовательскую работу, а также для систематического изучения дисциплины.

Применяются следующие формы организации самостоятельной работы:

- организация и использование электронного курса дисциплины, размещенного на платформе LMS Moodle для СРС.
- работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекциях;
- самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям;
- самотестирование по контрольным вопросам (тестам);

4.4.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
Модуль 1. ВВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНУЮ РЕКЛАМУ			14
1	Цель, миссия, задачи социальной рекламы.		5
2	Основные направления развития социальной рекламы.		5
3	Человек как субъект рекламной коммуникации.		4
Модуль 2. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ			17
1	Психические процессы в рекламе. Ощущение. Восприятие. Внимание. Память. Эмоции. Воображение. Мышление.		4
2	Психологические воздействия в рекламе и проблема выбора.		4
3	Этические проблемы психологического воздействия в рекламе.		4
4.	Проблема оценки психологической эффективности рекламы.		5
Самоподготовка к текущему контролю знаний			18
Подготовка к зачету			9
ВСЕГО:			58

4.4.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы

Не предусмотрено учебным планом.

Таблица 7

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)
-------	--------------------------------	---

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ЛПЗ	СРС	Вид контроля
ПК-1 - Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	М1,2	М1,2	М1,2	Зачет
ПК-8 - Способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	М1,2	М1,2	М1,2	Зачет

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Карта обеспеченности литературой

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Логистика и маркетинг в АПК

Направление подготовки (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина Социальная реклама

Вид занятия	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ	Электр	Библ	Каф		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Основная										
	Теория и практика массовой информации	А.Г. Киселев	М.: «КноРус»	2016	+		+			5
	Основы рекламы	Г.А. Васильев, В.А. Поляков	М.: Вузовский учебник	2009	+		+			15
	Маркетинговые коммуникации	Е.Н. Голубкова	М.: «Финпресс»	2003	+		+			14
	Прикладной маркетинг	Н.А. Нагапетьянц	М.: Юнити	2000	+		+			26
	Рекламная деятельность	О.Н. Жильцова	М.: Маркетинг, М.: Юрайт	2019		+				http://bibliotekaonline.ru/bcode/433656
	Маркетинг	М.Н. Григорьев	М.: Юрайт	2012	+		+			12
Дополнительная										
	Технология рекламы и PR	Б.Л. Борисов	М.: ФАИР-ПРЕСС	2001	+		+			3

Связи с общественностью	О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2018		+				https://bibliotonline.ru/bcode/413802
Теория и практика связей с общественностью	С.М. Емельянов	М. : Юрайт	2018		+				https://bibliotonline.ru/bcode/415427
Реклама: теория и практика	Л.Н. Федотова	М. : Юрайт	2018		+				https://urait.ru/bcode/413192
Реклама и связи с общественностью	И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2019		+				https://urait.ru/bcode/425190
Основы интегрированных коммуникаций	В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед	М. : Юрайт	2019		+				https://bibliotonline.ru/bcode/425906
Маркетинговые исследования	Д.В. Тюрин	М. : Юрайт	2019		+				https://bibliotonline.ru/bcode/425844
Брендинг	И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин	М. : Юрайт	2019		+				https://bibliotonline.ru/bcode/425868
Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг	М.А. Николаева	Екатеринбург: УрГПУ	2017		+				https://e.lanbook.com/book/159004

Директор Научной библиотеки



6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

1. Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ на платформе LMS Moodle –
Режим доступа: <https://e.kgau.ru/>
2. Научная библиотека Красноярский ГАУ –
Режим доступа: <http://www.kgau.ru/new/biblioteka/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU –
Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
4. СПС «Консультант Плюс» –
Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Лань» –
Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
6. Электронная библиотечная система «Юрайт» – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/>
7. «Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия», - Раздел «Техника/Компьютеры и Интернет» – Режим доступа: <https://megabook.ru/>

Информационно- поисковые системы:

- Google – Режим доступа: <http://www.google.com>
- Yandex – Режим доступа: <http://www.yandex.ru>
- Rambler – Режим доступа: <http://www.rambler.ru>
-

6.3. Программное обеспечение

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Текущая аттестация бакалавров производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими лекционные и практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- коллоквиум;
- keys-study.

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета.

Рейтинг – план дисциплины «Социальная реклама»

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	52	40
2	Модуль № 2	56	45
	Зачет	-	15
	Итого	108	100

В фонде оценочных средств по дисциплине "Социальная реклама", в котором детально прописаны критерии оценивания по текущей и промежуточной аттестации.

Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ			Итого
		Коллоквиум	Keis-stadi	Зачет	
1	Модуль № 1	15	25	-	40
2	Модуль № 2	15	25	-	40
	Зачет	-	-	20	20
	Итого	30	50	20	100

Задания по всем видам текущей работы и промежуточной аттестации, а также критерии оценивания приведены в ФОС по дисциплине «Социальная реклама».

Промежуточный контроль по результатам 5 семестра по дисциплине «Социальная реклама» – **зачёт** - проходит в форме итогового тестирования.

Студенту, набравшему 65 баллов по результатам текущей работы, зачет выставляется автоматически.

Студенты, не набравшие данное количество баллов, выполняют итоговый контрольный тест, проводимый в ЭИОС «Moodle».

Оценивание итогового контрольного тестирования осуществляется по следующим критериям:

Обучающийся, давший правильные ответы 87-100% тестирующих материалов (1-5 ошибок), получает максимальное количество баллов – 20.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 73-86% тестирующих материалов (6-10 ошибок), получает 15 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 60-72% (11-15 ошибок) тестирующих материалов, получает 10 баллов.

Баллы, полученные на итоговом тестировании, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации, и выводится итоговый результат по зачёту по следующим критериям:

65 баллов и выше - «зачтено».

Менее 65 баллов – «не зачтено».

Обучающийся, не сдавший зачёт, приходит на пересдачу в сроки в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей: http://www.kgau.ru/new/news/news/2017/grafik_lz.pdf.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория 4-06 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебная аудитория 5-05 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И»).

Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, аудиторная доска, информационные и методические материалы, общая локальная компьютерная сеть Internet, 2 инсталляционных акустических системы AMIS INSTALL30W, кафедра для мультимедийного оборудования, мультимедийный проектор Panasonic PT-D3500E.

Программное обеспечение:

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

9.1 Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной поточно-групповой системы обучения. При поточно – групповой системе обучения последовательность изучения учебно-

образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение одного семестра: для бакалавров – 5 семестр.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность изучения отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Бакалавры перед изучением дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач (кейс-стади);
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

9.2 Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

1.1. размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;

1.2. присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

1.3. выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

2.1. надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

3.1. возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушением слуха	• в печатной форме; • в форме электронного документа;
С нарушением зрения	• в печатной форме увеличенных шрифтом; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в печатной форме; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработала:

Бордаченко Н.С. ст.преподаватель

(подпись)

Анисимова О.И.