Частное профессиональное образовательное учреждение
Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа учебной дисциплины

Социальная реклама

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Вологда, 2020.

Рассмотрена на заседании цикловой комиссии
организации и технологии ведения бизнеса
Протокол № 1 от 02.09.2020
Председатель цикловой комиссии
_____ В.А.Груничева

Утверждаю
Зам. директора по учебной работе
_____ А.А. Дроздова

Согласовано
Зам. директора по методической работе
_____ А.А. Русина

Организация-разработчик: ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Разработчик: Груничева В.А., преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС и потребностям рынка труда. Рекомендуется для использования в учебном процессе.

Директор ООО "Корпорация" _____ Дроздова С.А.
Место работы, должность *подпись* *Ф.И.О.*

МП

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 4
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ 6
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 7
5. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ. 8
6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 9

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Социальная реклама

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена, в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки работников.

1.2 Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: входит в цикл общепрофессиональных дисциплин.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- законодательные акты, нормативную документацию по социальной рекламе;
- теоретические основы социальной рекламы.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- решать профессиональные кейсы;
- осуществлять поиск эффективных идей для социальной рекламы;
- разрабатывать авторские проекты социальной рекламы;
- осуществлять защиту проекта.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося **54** часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **36** часа;

самостоятельной работы обучающегося **18** часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	54
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	36
в том числе:	
практические занятия	12
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	18
в том числе:	
Выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой Подготовка сообщений, рефератов по темам Проведение маркетинговых исследований (по заданию преподавателя)	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Социальная реклама

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся.	Макс. кол-во час	Обязательное количество часов		Сам. работа	Уровень усвоения компетенции
			Теор	ПЗ		
Тема 1. Понятие социальной рекламы	**Содержание учебного материала**					
	1. Социальная реклама: понятие, предназначение, миссия, задачи, уровни. Отличительные особенности социальной рекламы	3	2		1	2, ОК 1,5
	2. Социальная реклама в России: основные участники, технологии производства и размещения	3	2		1	2, ОК 1,5
	3. История возникновения и развития социальной рекламы	3	2		1	2, ОК 1,5
	Практические занятия					
	ПР № 1 Защита проекта История социальной рекламы	3		2	1	3, ПК 1.1., ОК 9, 10
	Самостоятельная работа обучающихся: Выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой					ОК 1, 5, 9, 10
Тема 2. Технологии социальной рекламы	**Содержание учебного материала**					
	1. Социальная реклама и социальный PR	3	2		1	2, ОК 6, 7
	2. Социальная реклама и государство	3	2		1	2, ОК 6, 7
	3. Социальная реклама и политические технологии	3	2		1	2, ОК 6, 7
	4. Социальная реклама и бизнес	3	2		1	2, ОК 6, 7
	5. Место социальной рекламы в деятельности некоммерческих и общественных организаций	3	2		1	2, ОК 6, 7
	6. Психологические аспекты воздействия в социальной рекламе	3	2		1	2, ОК 6, 7
	7. Способы манипуляции в социальной рекламе. Психология цвета в рекламе	3	2		1	2, ОК 6, 7
	8. Эффективность кампаний по социальной рекламе	3	2		1	2, ОК 6, 7
	Практические занятия					
	ПР № 2. Решение профессиональных кейсов	3		2	1	3, ПК 1.1., ОК 9, 10
	ПР № 3. Мониторинг социальной рекламы	3		2	1	3, ПК 1.1., ОК 9, 10
	ПР № 4. Решение профессиональных кейсов	3		2	1	3, ПК 1.1, ОК 9, 10
	ПР № 5. Разработка проекта социальной рекламы	3		2	1	3, ПК 1.1., ОК 9, 10
	ПР № 6. Защита проекта социальной рекламы	4		2	2	3, ПК 1.1, ОК 9, 10

	Самостоятельная работа обучающихся: Выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой Создание мультимедийной презентации: Психологические аспекты воздействия в социальной рекламе					ОК 6, 7, 9, 10
Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет		**2**	**2**			**2**
Всего:		**54**	**24**	**12**	**18**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета социально-экономических дисциплин. Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; комплект учебно-наглядных пособий «Социальная реклама»; сборник задач по дисциплине «Социальная реклама». Технические средства обучения: компьютеры с лицензионным программным обеспечением, мультимедиапроектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

а) Нормативные документы

1. О рекламе: фед. закон: от от 13.03.2006 № 38 (в ред. от 31.07.2020 N 296-ФЗ) / Текст : электронный // СПС «ТЕХЭКСПЕРТ» : [сайт] / АО «Кодекс». - Еженедельное обновление. – URL: https://cntd.ru

б) Основные источники

1. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 155 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.
2. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 155 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13345-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/457562
3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Юрайт, 2020. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/466183
4. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Юрайт, 2020. — 552 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.

в) Дополнительная источники

1. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 222 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.

2. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/448838

г) Интернет-ресурсы:

№ п/п	Наименование ресурса	Электронный адрес
1.	Социальные проекты	www.socpro.org
2.	Социальная реклама: информационно-аналитическое агентство	www.socreklama.ru

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
Умения	
решение профессиональных кейсов	Защита практической работы Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе
разработка проекта социальной рекламы	Защита практической работы Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе
защита проекта социальной рекламы	Защита практической работы
Знания	
законодательные акты, НД по социальной рекламе	Тестовый опрос Дифференцированный зачет
технологии социальной рекламы	Тестовый опрос Дифференцированный зачет

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся сформированность профессиональных компетенций.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	– осуществлен поиск эффективной рекламной идеи для социальной рекламы	Защита практической работы Дифференцированный зачет

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	– демонстрация устойчивого интереса к будущей профессии	Наблюдение за деятельностью студентов во время выполнения практических работ, при защите проекта
ОК 5. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.	– работа с использованием современного оборудования и информационно-коммуникационных технологий	
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	– взаимодействие с обучающимися, преподавателями, коллегами, руководителями и потребителями.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	– самоанализ результатов собственной работы и работы команды – ответственность за результат выполнения заданий членов команды	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	– способность к ориентированию в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности – анализ инноваций в области управления ассортимента	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	– владение основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	

5. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ.

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

По итогам изучения дисциплины предусмотрен дифференцированный зачет (2 теоретических вопроса и практическая часть).

Примерные вопросы для дифференцированного зачета

1. Дайте понятие социальной рекламы, предназначение, миссия, уровни, законодательная основа
2. Опишите принципы, задачи социальной рекламы.
3. Дайте сравнительный анализ коммерческой и социальной рекламы
4. Опишите заказчиков социальной рекламы
5. Опишите производителей социальной рекламы
6. Опишите этапы планирования и производства социальной рекламы
7. Опишите функции коммерческий и социальной рекламы
8. Дайте краткую характеристику советской социальной рекламе конца 1910-х - начала 1930-х гг.
9. Дайте краткую характеристику социальной рекламы военного периода
10. Дайте краткую характеристику развития социальной рекламы с 1945 г. по настоящее время
11. Дайте краткую характеристику социальной рекламы в России сегодня
12. Дайте краткую характеристику социальной рекламы и социального PR
13. Дайте краткую характеристику социальной рекламы в государстве
14. Дайте краткую характеристику социальной рекламы в политических технологиях
15. Дайте краткую характеристику социальной рекламы в бизнесе
16. Опишите место социальной рекламы в деятельности некоммерческих и общественных организаций
17. Опишите психологические аспекты воздействия в социальной рекламе
18. Опишите способы манипуляции в социальной рекламе.
19. Опишите психологию цвета в рекламе
20. Опишите эффективность кампаний по социальной рекламе

Практическая часть представляет собой защиту проекта социальной рекламы по предложенной тематике.

Критерии оценивания дифференцированного зачета

«Отлично» - за правильное выполнение всех теоретических вопросов и практического задания.

«Хорошо» - за правильное выполнение любого теоретического вопроса и практического задания или неполное раскрытие двух теоретических вопросов и выполнение практического задания.

«Удовлетворительно» - за неполное раскрытие одного вопроса и выполнение практического задания или за раскрытие двух теоретических вопросов.

«Неудовлетворительно» - за выполнение задания, менее половины.