

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2024 11:40:07
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf706379d98ec1c5bb2f5eb89c29abfad7543985447



Образовательное частное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»

(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

УТВЕРЖДЕНО:

Декан факультета журналистики

_____/Ю.В. Шуйская/

«10» июня 2024 г

Рабочая программа дисциплины

Творческая студия.

Социальная реклама

Укрупненная группа специальностей 42.00.00

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(уровень бакалавриата)

Направленность/профиль:

«PR технологии и цифровые коммуникации»

Формы обучения: очная, заочная

Москва

Рабочая программа учебной дисциплины «Творческая студия. Социальная реклама». Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «PR технологии и цифровые коммуникации» / сост. к.ф.н. Шерчалова Е. В. – М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 17 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

Разработчик:

к.ф.н. Шерчалова Е. В.

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук, Грабельников А.А.

(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «10» июня 2024 г., протокол № 8.

Заведующий кафедрой _____ /д.ф.н. Ю.В. Шуйская/
(подпись)

Согласовано от Библиотеки _____ /О.Е. Стёпкина/
(подпись)

Раздел 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Дисциплина «Творческая студия. Социальная реклама» является логическим продолжением курсов «История рекламы», «Основы рекламы и PR в СМИ» и призвана научить обучающихся теоретическим знаниям в области социальных коммуникаций и навыкам практической работы в этой сфере.

Целью изучения предлагаемой дисциплины является не только подробный анализ рекламных процессов, но и приобретение практических навыков в создании социальной рекламы.

Среди **задач** дисциплины в качестве основных можно выделить следующие:

- рассмотреть приемы создания социальной рекламы;
- выявить специфику рекламной деятельности в области социальной рекламы;
- развить креативные способности будущих рекламистов.

Помимо традиционных лекционных и семинарских занятий в преподавании курса активно используются мини-конференции, деловые игры, различные активные формы обучения, что позволяет актуализировать данную историко-культурную дисциплину, мотивировать обучающихся на интерес к культурным истокам их будущей профессии, развить их творческие способности и эрудицию.

Раздел 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

| Код компетенции | Формулировка компетенции | Индикаторы достижения компетенции |
|-----------------|--|---|
| ПК-6 | Способен выбирать маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителя необходимой информации | ИПК-6.1. Знать маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента ИПК-6.2. Уметь использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ИПК-6.3. Владеть навыками разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга |

Раздел 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы бакалавриата

Дисциплина «Творческая студия. Социальная реклама» изучается очной группой в 7 семестре, заочной группой — в 8 семестре, входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е.

Раздел 4. Объем (трудоемкость) дисциплины (общая, по видам учебной работы, видам промежуточной аттестации)

Трудоемкость дисциплины и виды учебной нагрузки

на очной форме обучения

| Семестр 7 | | | | | | | | | | |
|-----------|-----------|----------------|--|--|--------------------|---|--|-------------------------------------|-------------------------------|---|
| з.е. | Ито го | Ле кц ии | Ла- бо- ра- тор- ные заня- тия | Прак- тиче- ские заня- тия | Се- ми- нары | Курсо- вое проек- тирова- ние | Само- стоя- тельная работа под ру- ковод- ством препо- дава- теля | Само- стоя- тельная работа | Теку- щий кон- троль | Контроль, промежу- точная ат- тестация |
| 3 | 108 | 12 | | 18 | | | | 76 | | 2 Зачет |

на заочной форме обучения

| Семестр 8 | | | | | | | | | | |
|-----------|-----------|----------------|--|--|--------------------|---|--|-------------------------------------|-------------------------------|---|
| з.е. | Ито го | Ле кц ии | Ла- бо- ра- тор- ные заня- тия | Прак- тиче- ские заня- тия | Се- ми- нары | Курсо- вое проек- тирова- ние | Само- стоя- тельная работа под ру- ковод- ством препо- дава- теля | Само- стоя- тельная работа | Теку- щий кон- троль | Контроль, промежу- точная ат- тестация |
| 3 | 108 | | | 6 | | | | 98 | | 4 Зачет |

Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

| Разделы / Темы | Лекции | Лабо- ра- тор- ные за- нятия | Прак- тиче- ские заня- тия | Семи- нары | Самосто- ятельная работа | Теку- щий кон- троль | Кон- троль, проме- жу- точная атте- стация | Все го ча- сов |
|---|--------|--|--|---------------|--------------------------------|-------------------------------|--|-------------------------|
| 7 семестр | | | | | | | | |
| Тема 1. Кре- ативные реше- ния в рекламе | 4 | | 4 | | 19 | | | 27 |
| Тема 2. Соци- альная ре- клама. Ме- тоды реклам- | 4 | | 4 | | 19 | | | 27 |

| | | | | | | | | |
|--|----|--|----|--|----|--|---|-----|
| ного воздей-ствия в соци-альной ре-кламе. Жанры социальной рекламы | | | | | | | | |
| Тема 3. Вы-бор реклам-ных носите-лей для соци-альной ре-кламы | 2 | | 4 | | 19 | | | 25 |
| Тема 4. Пси-хологическая безопасность потребителя и общества | 2 | | 6 | | 19 | | | 27 |
| Контроль | | | | | | | 2 | 2 |
| Итого | 12 | | 18 | | 76 | | 2 | 108 |

Заочная форма обучения

| Разделы / Темы | Лекции | Лабора-торные за-нятия | Прак-тиче-ские заня-тия | Семи-нары | Самосто-ятельная работа | Теку-щий кон-троль | Кон-троль, проме-жу-точная атте-стация | Все го ча-сов |
|---|--------|------------------------|-------------------------|-----------|-------------------------|--------------------|--|---------------|
| 8 семестр | | | | | | | | |
| Тема 1. Креа-тивные реше-ния в рекламе | | | 2 | | 24 | | | 26 |
| Тема 2. Соци-альная ре-клама. Ме-тоды реклам-ного воздей-ствия в социальной рекламе. Жанры соци-альной ре-кламы | | | 2 | | 24 | | | 26 |
| Тема 3. Вы-бор реклам-ных носите-лей для соци-альной ре-кламы | | | 2 | | 24 | | | 26 |
| Тема 4. Пси-хологическая безопасность | | | | | 26 | | | 26 |

| | | | | | | | | |
|------------------------|--|--|---|--|----|--|---|-----|
| потребителя и общества | | | | | | | | |
| Контроль | | | | | | | 4 | 4 |
| Итого | | | 6 | | 98 | | 4 | 108 |

Структура и содержание дисциплины

| Наименование темы/раздела | Содержание раздела дисциплины |
|--|---|
| Тема 1. Креативные решения в рекламе | Понятие креативности. Понятие креативного решения. Виды креативных решений в рекламе. Значение креативных решений в рекламе. Всегда ли необходимо креативное решение? |
| Тема 2. Социальная реклама. Методы рекламного воздействия в социальной рекламе. Жанры социальной рекламы | Понятие социальной рекламы. Специфика социальной рекламы по отношению коммерческой и политической. «Продажа идеи, а не товара» – как это делается? Основные методы рекламного воздействия в социальной рекламе. Жанры социальной рекламы |
| Тема 3. Выбор рекламных носителей для социальной рекламы | Типы рекламных носителей. Места распространения рекламных носителей. Критерии выбора рекламных носителей для социальной рекламы |
| Тема 4. Психологическая безопасность потребителя и общества | Информационно-психологическая безопасность. Негативное информационно-психологическое воздействие. Специальные средства воздействия. Специальные методы воздействия. Стандарты информационно-психологической безопасности. Блокирование на неосознаваемом уровне свободы волеизъявления человека, искусственное привитие ему синдрома зависимости. Манипуляция общественным сознанием. |

Занятия семинарского типа

(Практические занятия, Семинарские занятия, Лабораторные занятия)

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия. Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Тема 1. Креативные решения в рекламе

1. Понятие креативности.
2. Понятие креативного решения.
3. Виды креативных решений в рекламе.

Тема 2. Социальная реклама. Методы рекламного воздействия в социальной рекламе. Жанры социальной рекламы

1. Понятие социальной рекламы.
2. Специфика социальной рекламы по отношению к коммерческой и политической.
3. «Продажа идеи, а не товара» – как это делается?

Тема 3. Выбор рекламных носителей для социальной рекламы

1. Типы рекламных носителей.
2. Места распространения рекламных носителей.
3. Критерии выбора рекламных носителей для социальной рекламы

Тема 4. Психологическая безопасность потребителя и общества

1. Информационно-психологическая безопасность.
2. Негативное информационно-психологическое воздействие.
3. Специальные средства воздействия.
4. Специальные методы воздействия.

Раздел 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Наряду с чтением лекций и проведением занятия семинарского типа неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы. Формы самостоятельной работы могут быть разнообразными. Самостоятельная работа обучающихся включает в себя: изучение основных и дополнительных литературных источников, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование, написание эссе.

Самостоятельная работа

| Наименование разделов / тем | Виды занятий для самостоятельной работы |
|---|--|
| Тема 1. Креативные решения в рекламе | Усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции. Выполнение устных упражнений. Выполнение письменных упражнений и практических работ. Подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий. Выполнение творческих работ. |
| Тема 2. Социальная реклама. Методы рекламного воздействия в социальной рекламе. Жанры социальной рекламы | |
| Тема 3. Выбор рекламных носителей для социальной рекламы | |
| Тема 4. Психологическая безопасность потребителя и общества часа | |

5.1. Темы эссе¹

1. Понятие креативности.
2. Социальная реклама – нужна ли она?
3. «Продажа идеи, а не товара» – как это делается?
4. Критерии выбора рекламных носителей для социальной рекламы.
5. Информационно-психологическая безопасность.
6. Негативное информационно-психологическое воздействие.
7. Специальные средства воздействия.
8. Специальные методы воздействия.
9. Стандарты информационно-психологической безопасности.
10. Блокирование на неосознаваемом уровне свободы волеизъявления человека, искусственное притивие ему синдрома зависимости.
11. Манипуляция общественным сознанием.

5.2. Примерные задания для самостоятельной работы

Разработайте проект социальной рекламы для:

- привлечения внимания к проблемам детских домов
- антиалкогольной кампании
- привлечения внимания к проблеме лишнего веса
- призыва не садиться за руль пьяным
- призыва пристегиваться за рулем.

Раздел 6. Оценочные и методические материалы по образовательной программе (фонд оценочных средств) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

6.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

В процессе освоения учебной дисциплины для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице.

| Индикаторы компетенций в соответствии с основной образовательной программой | Типовые вопросы и задания | Примеры тестовых заданий |
|---|---|---|
| ПК-6 Способен выбирать маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителя необходимой информации | | |
| ИПК-6.1. | П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины | П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины |
| ИПК-6.2. | П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины | П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины |
| ИПК-6.3. | П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины | П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины |

¹ Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

6.2. Типовые вопросы и задания

Перечень вопросов

1. Понятие креативности.
2. Понятие креативного решения.
3. Виды креативных решений в рекламе.
4. Значение креативных решений в рекламе.
5. Понятие социальной рекламы.
6. Специфика социальной рекламы по отношению к коммерческой и политической.
7. Основные методы рекламного воздействия в социальной рекламе.
8. Жанры социальной рекламы.
9. Типы рекламных носителей.
10. Места распространения рекламных носителей.
11. Критерии выбора рекламных носителей для социальной рекламы.
12. Информационно-психологическая безопасность.
13. Негативное информационно-психологическое воздействие.
14. Специальные средства воздействия.
15. Специальные методы воздействия.
16. Стандарты информационно-психологической безопасности.
17. Блокирование на неосознаваемом уровне свободы волеизъявления человека, искусственное привитие ему синдрома зависимости.
18. Манипуляция общественным сознанием.

6.3. Примерные тестовые задания

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находится в электронной информационной образовательной среде и включает более 60 заданий из которых в случайном порядке формируется тест, состоящий из 20 заданий.

| Компетенции | Типовые вопросы и задания |
|-------------|---|
| ПК-6 | <ol style="list-style-type: none">1. Какова ключевая функция рекламы?<ul style="list-style-type: none">• образовательная• информационная• развлекательная• нравственная2. Что такое ненадлежащая реклама?<ul style="list-style-type: none">• реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ• реклама, которую общественность признает неэтичной• реклама, которая не попадает под действие Закона «О рекламе»• реклама, выполненная без учета требований ГОСТа3. Недостоверная реклама в отличие от недобросовестной:<ul style="list-style-type: none">• содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами• порочит честь, достоинство или деловую репутацию конкурента |

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством • содержит несоответствующие действительности сведения |
|--|--|

6.4. Оценочные шкалы

6.4.1. Оценивание текущего контроля

Целью проведения текущего контроля является достижение уровня результатов обучения в соответствии с индикаторами компетенций.

Текущий контроль может представлять собой письменные индивидуальные задания, состоящие из 5/3 вопросов или в форме тестовых заданий по изученным темам до проведения промежуточной аттестации. Рекомендованный планируемый период проведения текущего контроля за 6/3 недели до промежуточной аттестации.

Шкала оценивания при тестировании

| Оценка | Критерии выставления оценки |
|------------|--|
| Зачтено | Количество верных ответов в интервале: 71-100% |
| Не зачтено | Количество верных ответов в интервале: 0-70% |

Шкала оценивания при письменной работе

| Оценка | Критерии выставления оценки |
|------------|---|
| Зачтено | Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу. |
| Не зачтено | Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу. |

Шкала оценивания на зачете

| Оценка | Критерии выставления оценки |
|---------|--|
| Зачтено | Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы |

| | |
|------------|---|
| | с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу. |
| Не зачтено | Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу. |

6.4.2. Тестирование

Шкала оценивания

| Оценка | Критерии выставления оценки |
|---------------------|--|
| Отлично | Количество верных ответов в интервале: 71-100% |
| Хорошо | Количество верных ответов в интервале: 56-70% |
| Удовлетворительно | Количество верных ответов в интервале: 41-55% |
| Неудовлетворительно | Количество верных ответов в интервале: 0-40% |
| Зачтено | Количество верных ответов в интервале: 41-100% |
| Не зачтено | Количество верных ответов в интервале: 0-40% |

6.5. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания сформированных компетенций в соответствии с ООП

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки можно трактовать как автоматизированные умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимися практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д.

Устный опрос – это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала. Устный опрос может использоваться как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций (как и качества их формирования) в рамках самых разных форм контроля, таких как: собеседование, коллоквиум, зачет, экзамен по дисциплине. Устный опрос (УО) позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. УО обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Воспитательная функция УО имеет ряд важных аспектов: профессионально-этический и нравственный аспекты, дидактический (систематизация материала при ответе, лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный (радость от успешного прохождения собеседования) и др. Обучающая функция УО состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам

оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену. УО обладает также мотивирующей функцией: правильно организованные собеседование, коллоквиум, зачёт и экзамен могут стимулировать учебную деятельность студента, его участие в научной работе.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов (один или несколько правильных ответов).

Семинарские занятия. Основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний, умений, определяет уровень сформированности компетенций.

Коллоквиум может служить формой не только проверки, но и повышения производительности труда студентов. На коллоквиумах обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса, обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий, а также рефераты, проекты и иные работы обучающихся.

Доклад, сообщение – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Профессионально-ориентированное эссе – это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной профессионально-ориентированной проблеме.

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Ситуационный анализ (кейс) – это комплексный анализ ситуации, имевший место в реальной практике профессиональной деятельности специалистов. Комплексный анализ включает в себя следующие составляющие: причинно-следственный анализ (установление причин, которые привели к возникновению данной ситуации, и следствий ее развертывания), системный анализ (определение сущностных предметно-содержательных характеристик, структуры ситуации, ее функций и др.), ценностно-мотивационный анализ (построение системы оценок ситуации, ее составляющих, выявление мотивов, установок, позиций действующих лиц); прогностический анализ (разработка перспектив развития событий по позитивному и негативному сценарию), рекомендательный анализ (выработка рекомендаций относительно поведения действующих лиц ситуации), программно-целевой анализ (разработка программ деятельности для разрешения данной ситуации).

Творческое задание – это частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных научных областей, аргументировать собственную точку зрения, доказывать правильность своей позиции. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Раздел 7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа. Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету, экзамену. К зачету, экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

7.1. Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники международного права, авторитетные точки зрениями и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;

- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

7.2. Методические рекомендации по использованию кейсов

Кейс-метод (Case study) – метод анализа реальной международной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

7.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ проектов международных документов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем международных отношений (анализ внешнеполитической ситуации, деятельности международной организации, анализ международной практики и т. п.);
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например формулирование целей миссии, и т. п.).

Раздел 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература²

Голуб О.Ю. Социальная реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.Ю. Голуб. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 178 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-394-02019-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57123.html>

Дополнительная литература³

Шамхалова С.Ш. Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей (2-е издание) [Электронный ресурс] / С.Ш. Шамхалова. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 140 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-394-02039-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57074.html>

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС IPRsmart <http://www.iprbookshop.ru>

УМО по классическому университетскому образованию России <http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа:

<http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. – Б.г. – Доступ к данным: Открытый. – Режим доступа: <http://www.nlr.ru/>

Электронная библиотека Gaudeamus: бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа:

<http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа: <http://www.iqlib.ru/>

Комплект лицензионного программного обеспечения

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

² Из ЭБС университета

³ Из ЭБС университета

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

Свободно распространяемое программное обеспечение

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

Программное обеспечение отечественного производства:

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

Раздел 9. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

Для изучения учебной дисциплины в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся:

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся:

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 11 шт.

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся:

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 10 шт.