Автономное образовательное учреждение
высшего образования Ленинградской области
«Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»

Утверждаю
Проректор по учебной работе
_____ В.Н. Чумаков
«28» августа 20 17 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«*РЕКЛАМА В ОРГАНИЗАЦИЯХ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ*»

Направление подготовки
39.03.02 Социальная работа
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) образовательной программы
Социальная работа в системе социальных служб

Форма обучения
заочная

Гатчина
2017

Рабочая программа по дисциплине «Реклама в организациях социальной сферы» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее ФГОС ВО) по направлению подготовки 39.03.02 – Социальная работа.Направленность (профиль) образовательной программы – Социальная работа в системе социальных служб.

Квалификация (степень): бакалавриат

Организация-разработчик: АОУ ВО ЛО «Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»

Разработчик: к.э.н., доцент _____/ Баранова Г.Н.

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры управления социальными и экономическими процессами «26» августа 2017 г. Протокол №1.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой _____ / Заборовская О. В.

Руководитель ОП _____ / Сипунова Н..В.

Содержание

1. Пояснительная записка 4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы 5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся 5
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий 6
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине 7
7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 8
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 8
7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования,описание шкал оценивания 9
7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 11
7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 12
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы по дисциплине 13
9.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины 14
10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 14
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем 18
12. Материально-техническая база для осуществления образовательного процесса по дисциплине 18

1. Пояснительная записка

Социальная реклама призвана выражать общественные и государственные интересы и содействовать достижению благотворительных целей. Она формирует лицо государства. С помощью социальной рекламы государство может создать не только образ социальной проблемы, но и более того - образ государственного участия в данной проблеме. Таким образом, социальная реклама в умелых руках может быть эффективным инструментом социальной политики и давать зримые и важные для общества практические результаты.

Цель учебной дисциплины «Реклама в организациях социальной сферы» - на основе ознакомления студентов с основными теоретическими положениями рекламы сформировать у них навыки использования потенциала средств массовой информации и социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, навыки информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

Задачи дисциплины:

1.Ознакомить студентов с комплексом проблем социальной рекламы.

2. Изучить общие принципы ведения рекламной деятельности на предприятии социальной сферы.

3.Раскрыть концепции развития рекламы в социальной сфере.

4. Ознакомить с проблемами эффективности социальной рекламы. .

5.Проанализировать роль государства как экономического агента и его взаимоотношения с другими экономическими агентами,

6. Рассмотреть сферы приложения инструментов рекламы в сфере социальных отношений.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина «*Реклама в организациях социальной сферы*» участвует в формировании следующей компетенции:

ПК-11 способность к реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов	**Знать**: Понятие и классификации социальной рекламы. Законодательные, этические, психологические, гендерные и иные аспекты деятельности в сфере социальной рекламы **Уметь:**налаживать взаимодействие с организациями различных сфер деятельности и форм собственности, общественными объединениями и частными лицами с целью привлечения ресурсов для социального обслуживания граждан. **Владеть**: навыками использования потенциала средств массовой информации и социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным

	социальным проблемам. Навыками информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Реклама в организациях социальной сферы» является дисциплиной по выбору для подготовки студентов по направлению 39.03.02 – «Социальная работа».

Шифр компетенции	Предшествующие дисциплины учебного плана, в которых осваивается компетенция	Последующие дисциплины учебного плана, в которых осваивается компетенция
ПК-11	Маркетинг в организациях социальной сферы	Дисциплина осваивается на последнем этапе формирования компетенции

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Курс		5
Общая трудоемкость (всего ак.часов / з.ед)		144/4
Контактная работа	Лекции	10
	Практические занятия	12
Самостоятельная работа		121
Вид промежуточной аттестации	Зачет	1

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№	Наименование раздела дисциплины (тема)	Трудоемкость				Содержание
		всего	лекции	практич.занятия	самост.работа	
1.	История развития рекламы. Специфика рекламы в социальной сфере	36	2	3	29	Сущность, цели, функции и задачи рекламы. Характеристика основных видов рекламы. Понятие и классификации социальной рекламы. Законодательные, этические, психологические, гендерные и иные аспекты деятельности в сфере социальной рекламы
2.	Средства распространения рекламы и особенности их выбора	36	3	3	30	Характеристика и особенности использования основных носителей рекламной информации. Использование потенциала средств массовой информации и социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам. Рекламные средства для информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы
3.	Социально-психологические аспекты рекламы	36	2	3	29	Мотивы поведения и психологические установки потребителя, и их использование в рекламной аргументации. Основы психологии поведения потребителей Модели восприятия рекламных обращений: AIDA, AIDMA, DAGMAR и др. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения. Методы и механизмы психологического воздействия рекламы

4.	Процесс создания рекламного продукта. Разработка рекламной кампании Организация рекламной деятельности в учреждениях социальной сферы	35	3	3	29	Процесс разработки и производства рекламного продукта. Участники процесса разработки и производства рекламного продукта. Форма и структура рекламного обращения. Содержание рекламного обращения. Планирование, организация и контроль рекламной кампании Взаимодействие с организациями различных сфер деятельности и форм собственности, общественными объединениями и частными лицами с целью привлечения ресурсов для социального обслуживания граждан.
Зачет (1)		**144**	**10**	**12**	**221**	

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Виды самостоятельной работы	Трудоем-кость, ак. час.	Форма контроля
1	Изучение информации, представленной в рекомендованных источниках и дополнительной литературе по темам лекционных занятий	41	Активность участия в работе на семинарах, устное собеседование
2	Подготовка к практическим занятиям: сбор, систематизация, анализ собранной информации, оформление отчетов по проведенным исследованиям	40	Представление и защита отчетов о проделанной работе
3	Подготовка к текущему контролю (тестирование, контрольная работа)	40	Тесты, контрольная работа

Для самостоятельной работы по дисциплине (модулю) обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

1. Дмитриева Л. М. Социальная реклама: Учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по специальностям "Реклама" и "Связи с общественностью" Учебное пособие / Дмитриева Л.М., Бернадская Ю.С., Костылева Т.А.; Под ред. Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 271 с. Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=882785
2. Кузнецов П. А. Социальная реклама. Теория и практика / Кузнецов П.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 175 с.-Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=882788
3. 3. Фонд оценочных и методических материалов по дисциплине «Реклама в организациях социальной сферы».

7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Реклама в организациях социальной сферы» направлен на формирование следующей компетенции:

ПК-11 Способность к реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов

ПК-11 Способность к реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов

Этапы формирования компетенции

1 этап	2 этап
Маркетинг в социальной сфере (4 курс)	**Реклама в организациях социальной сферы** **)/**Управление общественными отношениями (5 курс) Преддипломная практика (5 курс)

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования,описание шкал оценивания

Шкала оценивания	Компетенции	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
			Незачет (0-54 баллов)	**Зачет (55-69 баллов)**	**Зачет (70-84 балла)**	**Зачет (85-100 баллов)**
2 этап						
Описание показателей и критериев оценивания компетенций	ПК-11	**Знания:** - понятие и классификации социальной рекламы. Законодательные, этические, психологические, гендерные и иные аспекты деятельности в сфере социальной рекламы	Не знает основы: - понятия и классификации социальной рекламы. Законодательных, этических, психологических, гендерных и иные аспектов деятельности в сфере социальной рекламы	Демонстрирует частичные знания без грубых ошибок: - понятия и классификации социальной рекламы. Законодательных, этических, психологических, гендерных и иные аспектов деятельности в сфере социальной рекламы	Знает достаточно в базовом объеме: - понятие и классификации социальной рекламы. Законодательные, этические, психологические, гендерные и иные аспекты деятельности в сфере социальной рекламы	Демонстрирует высокий уровень знаний о: - понятии и классификации социальной рекламы. Законодательных, этических, психологических, гендерных и иные аспектов деятельности в сфере социальной рекламы
		Умения: - налаживать взаимодействие с организациями различных сфер деятельности и форм	Не умеет или демонстрирует частичные умения, допуская грубые ошибки при: - налаживании взаимодействия с	Демонстрирует частичные умения без грубых ошибок при: - налаживании взаимодействия с организациями	Умеет применять знания на практике в базовом объеме при: - налаживании взаимодействия с организациями	Демонстрирует высокий уровень умений при: - налаживании взаимодействия с организациями различных сфер

		собственности, общественными объединениями и частными лицами с целью привлечения ресурсов для социального обслуживания граждан.	организациями различных сфер деятельности и форм собственности, общественными объединениями и частными лицами с целью привлечения ресурсов для социального обслуживания граждан.	различных сфер деятельности и форм собственности, общественными объединениями и частными лицами с целью привлечения ресурсов для социального обслуживания граждан.	различных сфер деятельности и форм собственности, общественными объединениями и частными лицами с целью привлечения ресурсов для социального обслуживания граждан.	деятельности и форм собственности, общественными объединениями и частными лицами с целью привлечения ресурсов для социального обслуживания граждан.
		Навыки: - использования потенциала средств массовой информации и социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам. Навыками информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы	Не владеет или демонстрирует низкий уровень владения: - навыками использования потенциала средств массовой информации и социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам. Навыками информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы	Демонстрирует частичные владения без грубых ошибок - навыками использования потенциала средств массовой информации и социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам. Навыками информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы	Владеет базовыми приемами: - использования потенциала средств массовой информации и социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам. Навыками информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы	Демонстрирует владения на высоком уровне: - навыками использования потенциала средств массовой информации и социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам. Навыками информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра управления социальными и экономическими процессами

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 1

По дисциплине «Реклама в организациях социальной сферы»

2017-2018 уч.год

Теоретические вопросы:

1. Методы и механизмы психологического воздействия рекламы.

Практико-ориентированное задание:

Разработайте сюжет рекламного ролика с целью привлечения внимания к проблемам лиц с ограниченными возможностями.

Зав.кафедрой д.э.н., проф. Заборовская О.В. _____

(подпись)

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра управления социальными и экономическими процессами

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 2

По дисциплине «Реклама в организациях социальной сферы»

2017-2018 уч.год

Теоретические вопросы:

1. Характеристика основных видов рекламы социальных услуг

Практико-ориентированное задание:

Составьте портрет целевой аудитории рекламной информации о вреде курения.

Зав.кафедрой д.э.н., проф. Заборовская О.В. _____

(подпись)

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра управления социальными и экономическими процессами

БИЛЕТ К ЗАЧЕТУ № 3

По дисциплине «Реклама в организациях социальной сферы»

2017-2018 уч.год

Теоретические вопросы:

1. Сущность, понятие, цели, функции и задачи рекламы.

Практико-ориентированное задание:

Разработайте опросный лист для проведения исследования эффективности рекламной информации о деятельности социальной службы

Зав.кафедрой д.э.н., проф. Заборовская О.В. _____

(подпись)

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В ГИЭФПТ для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности используется балльно-рейтинговая система. Под балльно-рейтинговой системой понимается система количественной оценки качества освоения ОП ВО. При этом изучаемая дисциплина делится на ряд самостоятельных, логически завершенных разделов (модулей) для проведения по ним контрольных мероприятий.

Текущий контроль представляет собой проверку усвоения учебного материала теоретического и практического характера, регулярно осуществляемую на протяжении семестра. К достоинствам данного типа относится его систематичность, непосредственно коррелирующаяся с требованием постоянного и непрерывного мониторинга качества обучения, а также возможность балльно-рейтинговой оценки успеваемости обучающихся. К основным формам текущего контроля (текущей аттестации) можно отнести устный опрос, письменные задания, лабораторные работы, контрольные работы.

Промежуточная аттестация, как правило, осуществляется в конце семестра и может завершать изучение как отдельной дисциплины, так и ее раздела (разделов) /модуля (модулей). Промежуточная аттестация помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, в некоторых случаях – даже формирование определенных профессиональных компетенций. Достоинства: помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, способствует формированию определенных профессиональных компетенций. Основные формы: зачет и экзамен. Текущий контроль и промежуточная аттестация традиционно служат основным средством обеспечения в учебном процессе «обратной связи» между преподавателем и обучающимся, необходимой для стимулирования работы обучающихся и совершенствования методики преподавания учебных дисциплин.

По результатам промежуточной аттестации студенту засчитывается трудоемкость дисциплины в зачетных единицах, выставляется дифференцированная оценка в принятой вузе системе баллов, характеризующая качество освоения студентом знаний, умений и навыков по этой дисциплине.

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ			
	Минимальный	Основной	Продвинутый
Баллы	55-69	70-84	85-100
Оценка	Зачет	Зачет	Зачет

Зачтено (85-100 баллов) ставится обучающимся, которые при ответе:

– обнаруживают всестороннее систематическое и глубокое знание программного материала;

– демонстрируют знание современной учебной и научной литературы;
– способны творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;
– владеют понятийным аппаратом;
– демонстрируют способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленной в билете проблематики;
– подтверждают теоретические постулаты примерами из практики.

Зачтено (70-84 балла) ставится обучающимся, которые при ответе:
– обнаруживают твёрдое знание программного материала;
– усвоили основную и наиболее значимую дополнительную литературу;
– способны применять знание теории к решению задач профессионального характера;
– допускают отдельные погрешности и неточности при ответе.

Зачтено (55-69 баллов) ставится обучающимся, которые при ответе:
– в основном знают программный материал в объёме, необходимом для предстоящей работы по профессии;
– в целом усвоили основную литературу;
– допускают отдельные погрешности в ответе на вопросы.

Не зачтено (0-54 балла) ставится обучающимся, которые при ответе:
– обнаруживают значительные пробелы в знаниях основного программного материала;
– допускают принципиальные ошибки в ответе на вопросы;
– демонстрируют незнание теории и практики профессиональной деятельности.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы по дисциплине

а) нормативно-правовые акты

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с изм. от 30.12.2008) // «Российская газета», №7, 21.01.2009.

2. Федеральный закон "О РЕКЛАМЕ" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015 с изменениями, вступившими в силу с 01.10.2015)

б) основная литература:

3. Дмитриева Л. М. Социальная реклама: Учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по специальностям "Реклама" и "Связи с общественностью" Учебное пособие / Дмитриева Л.М., Бернадская Ю.С., Костылева Т.А.; Под ред. Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 271 с. Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=882785

4. Кузнецов П. А. Социальная реклама. Теория и практика / Кузнецов П.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 175 с.-Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=882788

в) дополнительная литература

1. Мандель Б. Р. Социальная реклама: Учебное пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. - 302 с. – Режим доступа:http://znanium.com/bookread2.php?book=236436
2. Калмыков С. Б. Социальная реклама: конструирование эффективного взаимодействия с целевой аудиторией : монография / С.Б. Калмыков, Н.П. Пашин. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 229 с. Режим доступа:http://znanium.com/bookread2.php?book=773309
3. Калмыков С. Б. Социальная реклама здорового образа жизни: комплексная оценка / Калмыков С.Б. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 307 с. Режим доступа:http://znanium.com/bookread2.php?book=773706

9.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. http://znanium.com/ - электронно – библиотечная система;
2. http://https//www.book.ru/- электронная библиотека;
3. https://gsuite.google.com/- сервисыGoogle;
4. https://www.yandex.ru/– сервисы Yandex
5. Журнал исследований социальной политики // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jsps.ru
6. Электронная библиотека Российской Государственной библиотеки // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://elibrary.rsl.ru/
7. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека – online» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.biblioclub.ru/

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная подготовка обучающихся проводится для углубления и закрепления знаний, полученных на лекциях и других видах занятий, для выработки навыков самостоятельного применения новых, дополнительных знаний и подготовки к предстоящим учебным занятиям, зачету.

Важным условием успешного изучения дисциплины является посещение лекций. Под посещением подразумевается не форма пассивного присутствия, а активная работа по изучению нового материала. Подготовка к лекционным занятиям включает в себя анализ предлагаемых для изучения вопросов, изучение нормативных источников и учебной и научной литературы по рассматриваемым вопросам лекции. В процессе лекции обучающийся может задавать уточняющие вопросы, осуществить взаимосвязь нового материала с уже изученным, подготовить базу для эффективного использования полученных знаний, облегчить подготовку к практическому занятию. Эффективным способом фиксации лекционного материала является конспектирование, представляющее собой не только фиксацию важнейших

моментов лекции, но и указание примеров для понимания того или иного теоретического материала.

При подготовке к практическому занятию необходимо использовать конспектированные материалы лекций, учебную и научную литературу. Подготовка ответов по выносимым на обсуждение вопросам практического занятия включает в себя не только прочтение материала, но и его анализ и критическую оценку. Обучающемуся следует выявить малоизученные аспекты рассматриваемых вопросов, проявить инициативу при подготовке сообщений и докладов. При подготовке сообщений и докладов необходимо учитывать временное ограничение времени изложения подготовленного материала (не более 20 минут). Изложение сообщения или доклада производится в форме рассказа, а не чтения с листа. После сообщения или доклада обучающийся должен быть готов ответить на уточняющие вопросы аудитории.

При подготовке к практическим занятиями рекомендуется систематизировать знания, изображая их в табличном, графическом или схематичном виде. Это позволит установить взаимосвязь изучаемых явлений, упростит задачу запоминания материала, облегчит процесс практического применения полученных знаний.

Задачей практических занятий является выработка умения использовать теоретические знания, проявить наличие практических навыков. При подготовке к практическому занятию следует заблаговременного обеспечить наличие необходимо для данного занятия материала, самостоятельно повторить ранее изученные темы.

Для успешного освоения дисциплины важным является умение работать с терминами и их определениями. Для работы с терминологией эффективным является использование как учебной и научной литературы, так и юридических и философских словарей.

Работа с терминами может осуществляться как в форме составления собственных тематических словариков для удобства и скорости поиска необходимого термина. С этой целью необходимо каждый новый встречающийся термин записывать и во время подготовки к семинарским и практическим занятиям указывать соответствующее определение. В случае возникновения сложности выбора определения из имеющегося объема в рамках научного знания необходимо задавать вопросы преподавателю в рамках лекционных и практических занятий.

Интерактивные формы проведения занятий по дисциплине «Маркетинг в организациях социальной сферы» включают в себя следующие виды занятий:

- интерактивные лекции, предполагают использование метода проблемного изложения. При таком подходе лекция становится похожей на диалог, преподавание имитирует исследовательский процесс (выдвигаются первоначально несколько ключевых постулатов по теме лекции, изложение выстраивается по принципу самостоятельного анализа и обобщения студентами учебного материала). Эта методика позволяет заинтересовать студента, вовлечь его в процесс обучения. Противоречия научного познания раскрываются посредством постановки проблемы. Учебная проблема и проблемная ситуация

являются основными структурными компонентами проблемного обучения. Перед началом изучения определенной темы курса ставится перед студентами проблемный вопрос или дается проблемное задание. Стимулируя разрешение проблемы, преподаватель снимает противоречия между имеющимся ее пониманием и требуемыми от студента знаниями. Эффективность такого метода в том, что отдельные проблемы могут подниматься самими студентами. Главный успех данного метода в том, что преподаватель добивается от аудитории «самостоятельного решения» поставленной проблемы. Организация проблемного обучения представляется достаточно сложной, требует значительной подготовки лектора. Однако на начальном этапе использования этого метода его можно внедрять в структуру готовых, ранее разработанных лекций, практических занятий как дополнение.

- групповые дискуссии, применяются для обеспечения навыков командной работы и межличностной коммуникации и представляют собой оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения представленной темы, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Кроме того, в ходе занятий проводятся круглые столы по заданным тематикам.

- ролевые игры, представляют собой моделирование ситуации, в которой участникам предлагается принять определенную позицию (роль) и затем выработать способ, который позволит привести эту ситуацию к наилучшему результату (игра). Ролевые игры наиболее эффективны как средство приобретения и совершенствования навыков непосредственного межличностного общения, командной работы, а также навыков принятия решений. Хотелось бы отметить высокую эффективность ролевых игр в контексте изменения установок участников образовательного процесса.

- тренинги, для обеспечения навыков принятия решений и лидерских качеств. Проведение занятий в форме тренинга предполагает процесс получения навыков и умений в какой-либо области посредством выполнения последовательных заданий, действий или игр, направленных на достижение наработки и развития требуемого навыка. Тренинг позволяет дать его участникам недостающую информацию, сформировать навыки устойчивости к давлению, навыки безопасного поведения. Неоспоримым достоинством тренинга является то, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Различные ситуации, возникающие в группах тренинга, являясь учебными и в этом смысле условными, игровыми, для обучаемого выступают как вполне реальные ситуации, в которых надо действовать со всей ответственностью за результат действия. Чувство ответственности здесь особое: не только перед самим собой, но и перед партнерами по группе, так как успешность действия каждого – это залог успеха деятельности всей группы.

- анализ ситуаций (кейс-метод) — техника обучения, использующая описание реальных ситуаций. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. В основе метода конкретных ситуаций лежит описание

конкретной профессиональной деятельности или эмоционально-поведенческих аспектов взаимодействия людей. При изучении конкретной ситуации, и анализе конкретного примера студент должен вжиться в конкретные обстоятельства, понять ситуацию, оценить обстановку, определить, есть ли в ней проблема и в чем ее суть. Определить свою роль в решении проблемы и выработать целесообразную линию поведения.

- преподавание дисциплины осуществляется в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

Оценочные и методические материалы по дисциплине «Реклама в организациях социальной сферы» представлены в ФОММ.

При подготовке к промежуточному тестированию необходимо изучить теоретический и практический материал. Тестовые задания (с перечнем возможных вариантов ответов, среди которых хотя бы один ответ является неверным) обеспечивают структурность мышления, вынужденного выбрать из предложенных вариантов ответ все правильные варианты. Тестовые задания на установления соответствия подразумевают необходимость проявления не только знания учебного материала, но и умения применять правила формальной логики. Тестовые задания на упорядочение направлены на установление логической последовательности рассматриваемых явлений (времени существования явлений, расположения структурных элементов правовых документов и т.п.).

Эффективным способом для подготовки к тестированию является работа обучающегося по решению тестовых заданий, предоставленных для самостоятельной работы. Также при подготовке к такой форме контроля знаний, как решение тестовых заданий, следует самостоятельно попытаться проработать рассматриваемые в дисциплине вопросы в форме составления тестовых заданий.

При подготовке к зачету следует иметь в виду, что он является итоговой формой контроля по изучению данной учебной дисциплины. Зачет проводится в форме устного собеседования и выполнения письменного задания.

Решение преподавателя об итоговой оценке принимается по результатам устного ответа и выполненного практического задания, в зависимости от шкалы оценки.

Работа с печатными изданиями для обучающегося может быть связана с трудностями в области доступа к современной научной печатной литературе. В связи с развитием научно-технического прогресса в такой ситуации надлежит воспользоваться материалами, находящимися в открытом доступе сети Internet. Также необходимо учитывать, что по состоянию на сегодняшний день многие справочные правовые системы содержат не только текст нормативных актов, но и научные статьи по различным вопросам (например, СПС «Консультант Плюс»). Одновременно следует обратить свое внимание на публичные библиотеки, предоставляющие возможность доступа к электронным версиям печатных источников.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программное обеспечение:

1. Операционная система (Microsoft Windows *Проприетарная*);
2. Пакет офисных программ (Microsoft Office *Проприетарная*);
3. Web-браузер (Mozilla Firefox *GNU Lesser General Public License*);

Информационные справочные системы:

1) Автоматизированная информационная библиотечная система Marc21SQL;

2) Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

12. Материально-техническая база для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование	Количество
1.	Специализированные аудитории:	
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации / компьютерный класс / помещение для самостоятельной работы, № 41 (ул. Рощинская, 5)		1
2.	Технические средства обучения:	
компьютер с программным обеспечением № 41		17
3.	Специализированные аудитории:	
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № 05 (ул. Рощинская, 5)		1
4.	Технические средства обучения:	
экран настенный № 05		1
мультимедийный проектор № 05		1
компьютер с программным обеспечением № 05		1

Пронумеровано и
прошито 18 листов

Зав. УМО _____ М.Г. Ковязина

Учебно-методический отдел