

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

КАФЕДРА «ИСТОРИЯ И КУЛЬТУРОЛОГИЯ»

**Методические указания**

по освоению дисциплины   
«СОЦИАЛЬНАЯ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА»

Ростов-на-Дону   
2025

УДК 340.12

Составитель: доцент кафедры «История и культурология», к.ф.н., доцент С.В. Юшина

Методические указания по освоению дисциплины «Социальная и политическая реклама». ДГТУ, г. Ростов-на-Дону, 2025 г.

В методических указаниях содержится описание деятельности обучающегося в ходе освоения дисциплины, в том числе, проведения различных видов учебных занятий, выполнения самостоятельной работы, а также используемым в учебном процессе техническим средствам, информационно-коммуникационным и образовательным технологиям.

Предназначено для обучающихся всех форм обучения по направлению подготовки 42.03.01 Реклама.

УДК 340.12

Печатается по решению редакционно-издательского совета

Донского государственного технического университета

Ответственный за выпуск:

Заведующий кафедрой «История и культурология»

к.и.н., доцент Шишова Н.В.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

В печать \_\_\_.2025 г.

Формат 60×84/16. Объем \_\_ усл. п. л.

Тираж 50 экз. Заказ № \_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Издательский центр ДГТУ

Адрес университета и полиграфического предприятия:

344003, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1

© Донской государственный

технический университет, 2025

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Общие положения…………………………………………………… | 4 |
| 2 | Содержание разделов дисциплины…………………………………. | 5 |
|  | 2.1 Лекционные занятия……………………………………………… | 8 |
|  | 2.2 Практические занятия…………………………………………….. | 18 |
|  | 2.3 Самостоятельная работа обучающихся ………………………… | 27 |
| 3 | Текущий контроль и промежуточная аттестация………………….. | 38 |
| 4 | Контрольная работа………………………………………………….. | 45 |
| Перечень рекомендуемых информационных ресурсов………………. | | 58 |

**1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Методические указания по освоению дисциплины «Социальная и политическая реклама» представляют собой комплекс разъяснений, позволяющих студентам эффективно спланировать и организовать процесс самостоятельного и углубленного изучения курса.

Дисциплина включает в себя лекционные и практические занятия, контрольную работу (для заочной формы обучения) и самостоятельную работу. Формой проведения промежуточной аттестации является экзамен.

**Цели освоения дисциплины:** является овладение теоретическими знаниями в области современных политических технологий и приобретение навыков создания "некоммерческой рекламы". В результате изучения дисциплины студент должен будет ознакомиться с основным кругом научных категорий в области политической и социальной рекламы, познать широкий спектр страноведческих и временных особенностей функционирования политической и социальной рекламы, добиваться в процессе своей деятельности наибольшего соответствия формы и содержания текста в области политической и социальной рекламы, а так же формировать и развивать умения извлекать основную ᴎформацию из рекламных текстов в политической и социальной областях.

**Задачами дисциплины являются:**

- получение знаний о сущности, целях, задачах, функциях и видах социальной и политической рекламы;

- выявление основных этапов истории развития социальной и политической рекламы в России и зарубежом;

-освоение правовых и этических аспектов в области социальной и политической;

- усвоение основных правил стратегии PR в социальной и политической рекламе, а также технологий прогнозирования социальной и политической рекламы.

Компетенции, индикаторы достижения компетенций, уровни освоения «знать – уметь – владеть» указаны в рабочей программе дисциплины и в оценочных материалах (оценочных средствах) для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

В процессе изучения дисциплины студент обязан активно использовать все формы обучения: посещать лекции и практические занятия, получать консультации преподавателя и выполнять все виды самостоятельной работы, предусмотренной учебным планом и рабочей программой дисциплины.

Изучение курса должно вестись систематически и сопровождаться составлением подробного конспекта.

Следует иметь в виду, что все разделы и темы изучаемой дисциплины являются в равной мере важными и часто взаимосвязаны. Как и в любой другой науке, нельзя приступать к изучению последующих разделов, не усвоив предыдущие.

Для изучения дисциплины необходимо использовать различные источники: нормативные правовые акты, учебники, учебные и учебно-методические пособия, монографии, сборники научных трудов, справочную литературу, интернет-сайты и тематические порталы. Подробный перечень рекомендуемых источников представлен в последнем разделе данных методических указаний.

1. **СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ**

Изучение дисциплины «Социальная и политическая реклама» начинается с лекционных занятий. Их главная цель – формирование у студентов целостного представления и комплексных знаний в области современных политических технологий и приобретение навыков создания "некоммерческой рекламы".

**Лекция** – одна из основных традиционных форм организации аудиторного учебного процесса. Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них студент получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов. Предполагается, что студенты приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой. После лекции, желательно вечером, перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает.

В современных познавательная и воспитательная ценность лекционного курса велика, поэтому лекции нужно посещать систематически.

Для обеспечения максимальной эффективности процесса обучения перед очередной лекцией рекомендуется просмотреть конспект предыдущих лекций, вспомнить пройденный материал и внимательно прочитать тот раздел учебника, в котором излагается соответствующая тема (проблематику лекции можно узнать из рабочей программы курса или непосредственно у преподавателя). Такое предварительное знакомство с темой облегчает усвоение лекционного материала, избавляет от необходимости дословно конспектировать лекцию и способствует более осмысленному и критическому отношению к тому, что говорит преподаватель.

При преподавании дисциплины используются преимущественно следующие **типы лекционных занятий:**

* **информационная лекция** – традиционный для высшей школы тип лекции, на которой студенту дается научная информация по дисциплине, подлежащая уяснению и запоминанию; преподаватель знакомит аудиторию с темой лекционного занятия и последовательно раскрывает поставленные вопросы;
* **лекция-дискуссия** – основывается на рассмотрении различных (дискуссионных) точек зрения на поставленную проблему; в рамках этой лекции преподаватель определяет круг дискуссионных вопросов и раскрывает их, на основе критического анализа различных позиций ученых по выбранной проблеме и аргументированной собственной точки зрения; очень часто данная лекция приводит к появлению у аудитории новых вопросов, ответы на которые могут быть сформулированы как в рамках лекционного, так и в рамках последующего практического занятия;
* **проблемная лекция** – данная лекция начинается с постановки вопроса -проблемы, которую необходимо решить, и которая не имеет однозначного решения; на этой лекции студент играет роль исследователя, стремящегося найти ответ на поставленный вопрос; данный вид лекции предусматривает диалог преподавателя и студента, студент включается в процесс поиска решения, имеет возможность задавать вопросы, высказывать собственную точку зрения.

Лекция-дискуссия и проблемная лекция стимулируют мыслительную деятельность студента, дают возможность аудитории оценить многообразие подходов к рассматриваемой проблеме, выработать собственную позицию и научиться отстаивать ее аргументированно. На этих лекциях формируется навык формулирования вопросов и анализа имеющихся научных позиций.

На информационных лекциях студентам нужно внимательно следить за изложением преподавателем изучаемого материала, конспектировать основные положения. При этом автоматическое «протоколирование» лекции – не самый эффективный способ использования потенциала лекционного занятия. Студенты необходимо приучать себя одновременно и слушать лектора, и осмысливать излагаемый им материал, и кратко записывать наиболее важные идеи, понятия и термины. Рекомендуется также помечать для себя неясные моменты, чтобы в конце лекционного занятия задать преподавателю вопросы или, если такой возможности на лекции не имеется, прояснить эти вопросы на семинарских занятиях и в процессе самоподготовки.

В ходе лекционных занятий обучающийся обязан конспектировать содержание учебного материала.

**Конспектирование лекций** – сложный вид аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда он оформляется самим обучающимся. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателем. Следует обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретического материала, разрешения спорных ситуаций.

Целесообразно заранее разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

В заключение лекционного занятия преподаватель может (выборочно или полностью) проверить конспекты студентов и, если потребуется, внести в них исправления и дополнения.

Конспекты следует вести аккуратно, умело использовать сокращения, оставлять поля для вопросов, выносимых на семинарские занятия. В свободное от занятий время целесообразно повторять законспектированное, привлекая материал рекомендованных учебников по истории отечественного государства и права, а также другую научную и учебную литературу. Конспекты лекций рекомендуется сохранить, поскольку они могут понадобиться на последующих курсах, а также при подготовке к государственному экзамену.

Согласно рабочей программе в рамках дисциплины должны быть изучены следующие темы, распределенные по разделам.

**2.1 Лекционные занятия**

***Раздел 1* Теоретико-методологические основы социальной рекламы**

***Тема 1.1*** Теоретико-методологические основы социальной рекламы, понятие,  
сущность, специфика. Цели и функции социальной рекламы.

Определение социальной рекламы. Федеральный закон о Социальной рекламе от 13 марта 2006 г. Цель, задачи социальной рекламы. Социальная реклама в интернете. Функция социальной рекламы, целевая аудитория. Сравнение социальной рекламы с коммерческой и пропагандой.

***Раздел*** *2* Становление и развитие социальной рекламы: история и  
современность.

***Тема 2.1*** Становление и развитие социальной рекламы в России: история и современность

Становление социальной рекламы зарубежом. Исторические корни социальной рекламы в России. Народные картины-лубки. Развитие лубочного творчества. Пропаганда при Екатерине II. Появление нового средства продвижения социальных идей- плакат. Примеры первых плакатов, имеющих отношение к социальной рекламе. Социальный плакат в годы Первой мировой, Революции 1917 года, Гражданской войны, 1930-х годов. Плакат на социальную тематику в годы ВОВ. Послевоенный социальный плакат. Современный социальный плакат.

***Раздел*** *3* Технологии создания социальной рекламы.

***Тема 3.1*** Принципы и этапы планирования социальной рекламной компании. Критерии, показатели и уровни эффективности социальной рекламы.

Основные принципы и приемы разработки социальной рекламы. Социально-одобряемые нормы и ценности, влияющие на ценности и стереотипы. Принципы социальной рекламы. Основные элементы социальной рекламы. Приемы рекламного текста. Элементы текста социальной рекламы. Приемы при изображении рекламного сообщения. Законы дизайна, которые необходимо применять при создании социальной рекламы. Каналы размещения социальной рекламы.

***Раздел*** *4* Плакат как средство социальной рекламы

***Тема 4.1*** Технологические принципы, средства, механизмы создания и продвижения плаката по социальной рекламе.

Современный социальный плакат с QR кодом.

***Раздел 5*** Теоретико-методологические основы политической рекламы.

***Тема 5.1*** Теоретико-методологические основы политической рекламы, понятие, сущность, специфика. Цели и функции политической рекламы.

Определение политической рекламы. Формы политической рекламы. Принципы эффективности политической рекламы.

***Раздел 6*** Становление и развитие политической рекламы: история и современность.

***Тема 6.1*** Становление и развитие политической рекламы в России: история и современность.

Технологии разработки политической рекламы.

Политическая реклама досоветского периода. Теория Москва – Третий Рим. Приказ Петра I перед битвой. Перелестные письма Степана Разина, Емельяна Пугачева. Оппозиционная политическая реклама периода Смутного времени, Петровской модернизации. Жанр прокломаций в годы Великих реформ Александра II. Институциональной оформление политической рекламы на рубеже XIX -XX вв. Советский и постсоветский период.

***Раздел 7*** Плакат как средство политической рекламы.

***Тема 7.1*** Технологические принципы, средства, механизмы создания и продвижения плаката по политической рекламе

Политическая реклама как политический текст. Основные приемы эмоционального воздействия на электорат.

**2.2 Практические занятия**

Важной формой обучения, способствующей закреплению и углублению теоретических знаний студентов, являются **практические занятия**, которые направлены на закрепление полученного в ходе лекционных занятий и самостоятельной работы материала. Практические занятия предназначены для закрепления теоретического материала курса и приобретения обучающимися необходимых навыков посредством обсуждения основных вопросов курса, решения заданий, ответами на вопросы преподавателя, подготовки сообщений.

Студент должен уметь свободно высказываться по любому вопросу, вынесенному на практическое занятие, уметь делать выводы, обобщения, оперировать специальными терминами. Необходимым является использование при подготовке к практическим занятиям нормативных правовых актов, соответствующих изучаемому историческому периоду. На практических занятиях у студентов закладываются и развиваются такие необходимые в профессиональной деятельности качества, как умение публично выступать и устанавливать контакт с аудиторией. Кроме того, практические занятия позволяют преподавателю оценить усвоение студентами соответствующих знаний.

Практические занятия по дисциплине «Социальная и политическая реклама» проводятся в таких формах как семинар, занятие-дискуссия, устный опрос, собеседование, заслушивание и обсуждение научных сообщений и докладов. Вовлеченность во все эти формы аудиторной занятости, активное заинтересованное участие в обсуждении поставленных проблем способствует прочному усвоению знаний по дисциплине, формированию аналитического правового мышления, а также развитию очень важных для дальнейшей профессиональной деятельности навыков публичного выступления.

На практических занятиях по дисциплине «Социальная и политическая реклама» у обучающихся формируется умение логически мыслить, принимать управленческие решения, которое в дальнейшем должно быть использовано для решения профессиональных задач.

Целями проведения **практических занятий**, являются:

* + - обобщение, систематизация, углубление, применение полученных теоретических знаний на практических занятиях учебной дисциплины;
    - формирование компетенций (части компетенций) познавательной деятельности (критическое мышление; исследование внешней среды для выявления ее возможностей и ресурсов; разрешение проблемных ситуаций, умение структурировать и преобразовывать информацию; способность к приращению накопленных знаний);
    - выработка, при решении ситуационных задач, профессионально значимых качеств (способность обучаться самостоятельно; готовность решать сложные вопросы, проявлять творческую инициативу и пр.);
    - приближение практических заданий к реальным условиям работы того или иного специалиста.

При подготовке к практическим занятиям студентам следует:

* + ознакомиться с темой и планом занятия, чтобы выяснить круг вопросов, которые будут обсуждаться на занятии;
  + внимательно прочитать материал лекций, относящихся к данному занятию, ознакомиться с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
  + выписать основные термины (или полностью вопрос для устного ответа);
  + уяснить, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ у преподавателя;
  + готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.

***Перечень тем практических занятий***

***Практическое занятие № 1****.* Теоретико-методологические основы социальной рекламы, понятие, сущность, специфика. Цели и функции социальной рекламы.

***Практическое занятие № 2****.* Становление и развитие социальной рекламы: история и современность.

***Практическое занятие № 3.***Критерии, показатели и уровни эффективности социальной рекламы.

***Практическое занятие № 4****.* Технологические принципы, средства, механизмы создания и продвижения плаката по социальной рекламе.

***Практическое занятие № 5****.* Цели и функции политической рекламы.

***Практическое занятие № 6****.* Технологии разработки политической рекламы.

***Практическое занятие № 7****.* Политическая реклама как политический текст.

Практические занятия могут проводиться в различных формах (занятие-дискуссия, устный опрос, собеседование), они дают возможность непосредственно понять алгоритм применения теоретических знаний, излагаемых в учебной литературе и на лекциях. Поэтому студент должен активно участвовать в выполнении всех видов практических работ.

Практические занятия по дисциплине «Социальная и политическая реклама» проходят в форме семинаров.

Семинарское занятие состоит из следующих элементов: вводная часть, основная и заключительная. Вводная часть обеспечивает подготовку студентов к выполнению заданий работы и включает в себя: формулировку темы, цели занятия, обоснование его значимости в профессиональной подготовке студентов; проверку готовности студентов к практическому занятию; объяснение последовательности выполнения заданий.

Основная часть практического занятия включает в себя процесс выполнения практикоориентированных задач и устного опроса обучающихся. Решение задач может сопровождаться дополнительными разъяснениями по ходу работы, устранением трудностей при их выполнении. По отдельным темам дисциплины на практических занятиях возможно заслушивание сообщений, докладов с последующим их обсуждением либо устным опросом.

Заключительная часть содержит: подведение общих итогов занятия; оценку результатов работы отдельных студентов; выдачу рекомендаций по устранению пробелов в системе знаний и умений студентов, по улучшению результатов работы.

Вопросы для устного опроса обучающиеся используют для самоконтроля при подготовке к семинару. Преподаватель может провести выборочный опрос по этим вопросам в ходе проведения практических занятий.

***Устный опрос (собеседование)***

***Устный опрос*** – средство контроля усвоения учебного материала темы, организованное, как часть учебного занятия в виде опросно-ответной формы работы преподавателя с обучающимся. Проводится в форме специальной беседы преподавателя со студентом на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, для выявления объема знаний обучающихся по определенному разделу, теме и т.п.

Подготовка к опросу проводится в ходе самостоятельной работы студентов и включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего опроса. Критерии оценки устного опроса приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Критерии оценки устного опроса обучающегося

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерии оценки | 5-4 балла | 3-2 балла | 1 балл | 0 баллов |
| Полнота и глубина знаний | Студент демонстрирует полное, глубокое и систематическое знание учебного материала в объеме, предусмотренном программой. Он свободно оперирует понятиями, законами и теориями. | Студент демонстрирует достаточно полное знание учебного материала, предусмотренного программой. | Студент демонстрирует общее представление об основном учебном материале, его знания фрагментарны и не систематизированы. | Студент демонстрирует существенное незнание большей части учебного материала, предусмотренного программой. |
| Правильность и точность ответа | Ответы точные, логичные, последовательные, без фактических ошибок. Студент отвечает уверенно и без затруднений. | Ответы в основном правильные, но могут содержать неточности или единичные ошибки, которые быстро исправляются после указания преподавателя.  Ответы в основном четкие и грамотные, но могут быть некоторые неточности в формулировках. | Ответы содержат существенные неточности и ошибки. Ответы не всегда четкие и грамотные, студент испытывает затруднения в формулировках. | Ответы содержат грубые ошибки, свидетельствующие о непонимании основных понятий и законов. |
| Понимание учебного материала | Студент понимает взаимосвязь между различными разделами дисциплины, а также связь теории с практикой. Обучающийся проявляет самостоятельность мышления, умеет анализировать и обобщать материал, приводит примеры из дополнительных источников, высказывает собственное мнение, подкрепленное аргументами. Может отвечать на нестандартные вопросы. | Студент в основном понимает взаимосвязь между разделами дисциплины. Студент способен анализировать материал, но может испытывать затруднения при обобщении и приведении примеров из дополнительных источников. | Студент слабо понимает взаимосвязь между различными разделами дисциплины. Студент испытывает значительные затруднения при анализе и обобщении материала, не может привести примеры. | Студент не понимает взаимосвязи между различными разделами дисциплины.  Студент не способен ответить ни на один вопрос преподавателя. |

Помимо основного материала, студент должен изучить дополнительные информационные ресурсы (литературу), рекомендованные преподавателем по теме. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 3 часов, в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы. Опрос предполагает устный ответ студента на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя.

**Перечень вопросов для устного опроса (собеседования)**

1. Сущность, цель, предмет, задачи, функции и виды социальной рекламы.

2. История зарубежной социальной рекламы.

3. Современная зарубежная социальная реклама.

4. История социальной рекламы в России.

5. Современная социальная рекламы в России.

6. Правовые аспекты социальной рекламы.

7. Психологические аспекты социальной рекламы.

8. Сущность, цель, предмет, задачи, функции и виды политической рекламы.

9. История политической рекламы в зарубежных странах.

10. История политической рекламы в России.

11. Современная зарубежная политическая реклама.

12. Советская политическая реклама.

13. Политическая реклама в России постсоветского периода.

14. Правовые аспекты политической рекламы.

15. Психологические аспекты политической рекламы.

16. Виды политической рекламы.

17. Прямая и косвенная политическая реклама.

18. Тематическая классификация политической рекламы.

19. Основные характеристики текста в политической рекламе. Факторы искажения восприятия политической рекламы.

20. Технологические требования к созданию рекламы. Телевизионные техники в рекламе.

21. Реклама в избирательных кампаниях: задачи и функции.

22. Стратегическое планирование рекламных кампаний.

23. Виды аргументации в политической рекламе.

24. Манипуляция в политической рекламе.

25. Мифология в политической рекламе.

26. Негативная политическая реклама.

27. Методы оценки эффективности рекламной кампании.

28. Технологии позиционирования имиджа политического лидера посредством политической рекламы.

***Практикоориентированные задачи***

Одним из видов практических заданий является практикоориентированные задачи – это задачи, которые требуют от обучающегося анализа конкретной ситуации, чтобы найти способ решения или принятия решения.

Цель выполнения практикоориентированных задач заключается в том, чтобы оценить способность студентов или группы обучающихся анализировать, интерпретировать и решать проблемы в конкретной ситуационной задачи. Он может включать следующие аспекты:

1. Анализ ситуации: необходимо понять контекст задачи, выявить ключевые факторы и элементы проблемы.
2. Принятие решений: оценить различные варианты решения, взвесить их преимущества и недостатки.
3. Применение теоретических знаний: использовать полученные знания и навыки для практического решения проблемы.
4. Критическое мышление: проявить способности к логическому мышлению, обосновать свои идеи и аргументы.

Процесс подготовки к выполнению практикоориентированных задач можно условно разделить на следующие этапы:

а) изучение содержания задачи (нельзя решить задачу, не уяснив ее содержание);

б) подбор нормативных источников, относящихся к соответствующему историческому периоду и содержанию полученного задания;

в) изучение основной и дополнительной литературы;

г) аналитический разбор ситуативной задачи через призму законодательства и судебной практики;

д) определение собственной позиции, формулировка аргументов;

е) оформление ответа;

ж) представление ответа на ситуативную задачу.

**Критерии оценки решения практикоориентированных задач:**

**5 баллов – оценка «отлично»** проводит комплексную оценку предложенной ситуации; выбирает типовые методы и способы решения задач, включающие осмысленное, логическое обоснование теоретических вопросов и практических действий; последовательное, уверенное выполнение практических манипуляций, способность оценить их эффективность. Умеет принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях. В процессе деятельности осуществляет поиск и использование информации для эффективного решения задачи, использует информационно-коммуникативные технологии.

**4 балла оценка «хорошо»** проводит комплексную оценку предложенной ситуации; выбирает типовые методы и способы решения профессиональных задач, включающие логическое обоснование теоретических вопросов с дополнительными комментариями педагога, последовательное, уверенное выполнение практических манипуляций, способность оценить их эффективность. Умеет принимать решения в стандартных ситуациях. В процессе решения осуществляет поиск и использование информации.

**3 балла оценка «удовлетворительно»** испытывает затруднения с комплексной оценкой предложенной ситуации. Возникают затруднения при выборе типовых методов и способов решения практикоориентированых задач (требуются наводящие вопросы преподавателя; выбор тактики действий в соответствии с ситуацией возможен при подсказке преподавателя; правильное, но не уверенное, с нарушением последовательности выполнение манипуляций). Не использует при решении дополнительных источников информации.

**2 балла и менее - оценка «неудовлетворительно»** неверная оценка ситуации; выбранная тактика действий приводит к неверному ответу.

Таким образом, выполнение практикоориентированной задачи помогает развивать комплекс аналитических и практических навыков, полезных в различных профессиональных и жизненных контекстах.

Результаты решения задачи студент излагает преподавателю в устной форме (в форме дискуссии, собеседования и т.д.), опираясь на свои личные записи в тетради.

**2.3 Самостоятельная работа обучающихся**

Значительная часть учебного времени по дисциплине «История государства и права России» отводится на самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся предназначена для внеаудиторной работы по закреплению теоретического курса и практических навыков дисциплины; по изучению дополнительных разделов дисциплины, решению заданий для самостоятельного выполнения, а также включает подготовку контрольной работы для обучающихся заочной формы обучения.

К формам самостоятельной работы студентов относятся:

* чтение текстов нормативных и ненормативных правовых актов, относящихся к различным историческим периодам, учебников и учебных пособий, а также дополнительной литературы по изучаемому разделу (теме);
* конспектирование прочитанных текстов;
* работа со словарями и справочниками;
* работа со справочно-правовыми системами и ресурсами сети Интернет;
* выполнение тестовых заданий;
* выполнение контрольной работы (для обучающихся заочной формы обучения);
* написание рефератов (эссе) по изучаемой тематике;
* участие в круглых столах, научных конференциях;
* подготовка к сдаче экзамена;
* иные формы самостоятельной работы студента.

Основу самостоятельной работы составляют самостоятельные действия, которые студент выполняет без помощи преподавателя, студент сам выбирает способы выполнения этих действий, совершает множество операций, контролирует их в соответствии с поставленной целью (установить новый факт, явление, найти новые способы решения учебной задачи). Самостоятельная работа всегда завершается какими-либо результатами. Это – написанный доклад, контрольная или иная письменная работа, заполненные таблицы, подготовленные ответы на вопросы к семинарскому занятию, подготовка к экзамену.

Основное требование к организации любых форм самостоятельной работы состоит в том, что она должна вестись систематически и планомерно (в соответствии с рекомендациями рабочей программы и преподавателей, читающих лекции и ведущих семинары) и в той или иной форме контролироваться преподавателем. Возникающие в процессе самостоятельной работы вопросы целесообразно фиксировать в письменной форме и затем прояснять у преподавателя, задавая вопросы на лекциях, семинарских занятиях и в порядке индивидуального консультирования.

В процессе самостоятельной работы также рекомендуется составлять для себя словарь наиболее важных понятий по пройденным темам – этот материал пригодится при подготовке к экзамену и будет подспорьем в процессе изучении иных юридических дисциплин.

После изучения какого-либо раздела по учебной литературе или конспекту лекций рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины раздела, затем ответить на вопросы. Такой метод дает возможность самостоятельно проверить готовность к практическому занятию, рейтингу или промежуточной аттестации.

Особое внимание следует уделить решению практических (практико-ориентированных) задач, поскольку это способствует лучшему пониманию и закреплению теоретических знаний. Перед решением задач необходимо повторить теоретический материал, просмотреть примеры решения аналогичных задач.

При самостоятельной работе с учебниками и учебными пособиями рекомендуется придерживаться определенной последовательности. Читая и конспектируя тот или иной раздел учебной литературы, необходимо твердо усвоить основные определения, понятия и классификации. Формулировки определений и основные классификации надо знать на память. После усвоения соответствующих понятий, процедур и методов следует проанализировать примеры их практического применения.

**Виды самостоятельной работы**

***Доклад***

Одной из самых сложных и творческих форм самостоятельной работы является написание письменных работ: этот вид учебной нагрузки способствует углублению знаний, развитию навыков аналитической работы с литературой и другими источниками. Как правило, обязательным компонентом классического практического занятия является обсуждение рефератов / докладов по наиболее сложным и интересным темам (по выбору студентов или по заданию преподавателя).

Качество доклада во многом позволяет судить о качестве самостоятельной работы, глубине полученных знаний, аналитических и творческих способностях студента.

Объем доклада составляет 10-12 стандартных машинописных страниц (шрифт TimesNewRoman, кегль 14, интервал 1,5).

Предметом рассмотрения является конкретная проблема в рамках истории развития отечественного государства и права, в том числе представляющая интерес и для самого студента.

Процесс подготовки доклада состоит из следующих стадий:

1) выбор темы;

2) сбор информации, подбор и изучение источников по теме (научных статей, монографий, нормативных и ненормативных правовых актов и т.д.);

3) анализ исследуемой проблемы;

4) изложение материала и оформление работы.

При выборе темы преподавателю следует исходить: во-первых, из сферы научных и практических интересов самого студента; во-вторых, из степени подготовленности студента и сложности темы; в-третьих, из того, какие источники доступны студенту.

С подготовленным докладом студент имеет возможность выступить на практическом занятии. После изложения содержания студент отвечает на вопросы преподавателя и аудитории.

Критерии оценки доклада приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Критерии оценивания доклада

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерии | 15-11 баллов | 10-6 баллов | 5-2 балла | менее 1 балла |
| 1. Постановка и обоснование цели | Цель сформулирована, четко обоснована, дан подробный план ее достижения | Цель сформулирована, обоснована, дан схематичный план ее достижения | Цель сформулирована, но план ее достижения отсутствует | Цель не сформулирована |
| 1. Глубина проработки темы | Тема раскрыта исчерпывающе, автор продемонстрировал глубокие знания | Тема доклада раскрыта, автор показал хорошее знание тематики исследования. | Тема доклада раскрыта фрагментарно | Тема доклада не раскрыта и не исследована |
| 1. Личная заинтересованность автора, творческий подход | Доклад отличается творческим подходом, собственным оригинальным отношением автора к теме | Работа над докладом была самостоятельная, демонстрирующая серьезную заинтересованность  автора, была предпринята попытка представить личный взгляд, применены элементы творчества | Автор проявил незначительный интерес к теме доклада, но не продемонстрировал  самостоятельности в работе над докладом, не использовал возможности творческого подхода | Доклад шаблонный, показывающий формальное отношение автора |
| 1. Качество печатного варианта доклада | Печатный вариант доклада полностью соответствует требованиям качества. Отличается  четкой структурой и грамотным оформлением. | Печатный вариант доклада не полностью соответствует требованиям качества.  Предприняты попытки оформить работу, придать ей соответствующую структуру. | Печатный вариант доклада не соответствует требованиям качества. Отсутствуют порядок и  четкая структура работы. Есть ошибки в оформлении. | Доклад в печатном варианте отсутствует |
| 1. Качество (выступления) презентации доклада | Автору удалось вызвать интерес аудитории и уложиться в регламент | Автору удалось вызвать интерес аудитории, но он вышел за рамки регламента | Материал изложен с учетом регламента, однако автору не удалось заинтересовать аудиторию | Презентация не проведена |

**Темы докладов**

1.Технология построения имиджа.

2.Манипуляции в политической рекламе и пропаганде.

3.Слухи в политической рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз.

4.Прототипы в политической рекламе и пропаганде.

5.Политические мифы и пропаганда.

6.Основные тенденции развития политического процесса в

современной России.

7.Политическая культура студента: миф и реальность.

8.Имидж современного политика: естество или вторая натура.

9.Язык телодвижений как невербальный компонент имиджа политика.

10.Типажи политиков современной России.

***Подготовка к дискуссии***

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

Проведению дискуссии предшествует большая самостоятельная работа студентов, выражающаяся в изучении нормативной и специальной литературы. Подготовительная работа позволяет выработать у студентов навыки оценки правовой информации через призму конституционных ценностей и положений.

На втором этапе – аудиторном занятии, идет публичное обсуждение дискуссионных вопросов. Тематическая дискуссия как интерактивная форма обучения предполагает проведение научных дебатов. Хорошо проведенная тематическая дискуссия имеет большую обучающую и воспитательную ценность.

Проводимые тематические дискуссии формируют навыки публичного выступления, развиваются способности логически верно, аргументировано и ясно строить свою речь, публично представлять собственные и научные результаты. Критерии оценки дискуссии приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Критерии оценивания дискуссии

|  |  |
| --- | --- |
| Критерии оценивания | Баллы |
| Демонстрирует полное понимание обсуждаемой проблемы, высказывает собственное суждение по вопросу, аргументировано отвечает на вопросы, соблюдает регламент выступления | 10 |
| Принимает участие в обсуждении, однако собственного мнения по вопросу не высказывает, либо высказывает мнение, не отличающееся от мнения других докладчиков | 5 |
| Не принимает участия в обсуждении | 0 |

**Вопросы для дискуссии**

1. Особенности психологического воздействия рекламы и PR на потребителя.
2. Роль политической рекламы в современном обществе.
3. Политическая реклама как инструмент конкурентной борьбы.
4. Социальная реклама как объект социологического анализа.
5. Влияние социальной рекламы на потребительское поведение.
6. Социальный маркетинг как инструмент повышения качества жизни населения.
7. Роль социальной рекламы в новой экономике.
8. Особенности применения политической рекламы в социальных сетях.
9. Социальная реклама как средство профилактики насилия в современном обществе.

Социальная реклама как способ эффективного влияния на молодежь.

При изучении каждой из тем, закрепления изученного материала, подготовке к практическим занятиям следует применять вопросы для самоконтроля, представленные ниже.

**Перечень вопросов для самоконтроля**

1.Социальная реклама в России на рубеже ХIХ-ХХ вв.

2. Возникновение и развитие социальной рекламы (на примере отдельной страны на выбор).

3. Социальная реклама и Интернет.

4. Социальная реклама на страницах печатных СМИ.

5. Социальная реклама на телевидении.

6. Тенденции развития социальной рекламы в ХХI веке.

7. Фестивальное движение в области социальной рекламы в России.

8. Проявление креатива в разработке и реализации молодежных социальных

проектов.

9. Проявление креатива в создании социальной рекламы.

10. Российский опыт использования социальной рекламы в области профилактики асоциальных явлений.

11. Зарубежный опыт использования социальной рекламы в области

профилактики асоциальных явлений.

12. Имидж спорта и здоровья в печатной рекламе и на телевидении.

13. Роль социальной рекламы в продвижении идеи за здоровый образ жизни.

14. Роль социальной рекламы в укреплении семейных ценностей.

15. Роль СМИ в освещении молодежных социальных проектов.

16. Продвижение в молодежную среду социально значимой информации.

17. Роль социальной рекламы в развитии добровольчества.

18. Формирование ценностей здорового образа жизни с помощью социальной

рекламы (на примере социального проекта).

19. Взаимопроникновение коммерческой и социальной рекламы.

20. Формирование моды на здоровый образ жизни в поведении молодежи.

21. Специфика текста социальной рекламы.

22 Молодежная мода. Мода в социальной рекламе.

23 Представления о моде и отражение модных тенденций в социальной рекламе.

24. Плакат как средство социальной рекламы.

25.Современная партийная политическая символика: сравнительный анализ.

26.Политическая реклама: правовые, этические и профессиональные аспекты функционирования.

27.Основные характеристики текста в политической рекламе. Факторы искажения восприятия политической рекламы.

28.Политический брендинг и политическая реклама: сравнительная характеристика.

29.Политическая реклама в современных медиа-войнах: функции, специфика, потенциал.

30.Технологические требования к созданию рекламы. Телевизионные техники в рекламе.

31.Реклама в избирательных кампаниях: задачи и функции.

32.Стратегическое планирование рекламных кампаний.

33.Виды аргументации в политической рекламе.

34.Манипуляция в политической рекламе.

35.Мифология в политической рекламе.

36.Негативная политическая реклама.

37.Методы оценки эффективности рекламной кампании.

38.Технологии позиционирования имиджа политического лидера посредством политической рекламы.

39.Международная политическая реклама в XX и XXI вв.: сравнительный анализ.

40.Политическая реклама как элемент современной политической культуры.

1. **ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ**

По дисциплине предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль (осуществление контроля всех видов аудиторной и внеаудиторной деятельности обучающегося с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины, дисциплинарное тестирование), промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по дисциплине в целом).

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающихся. Текущий контроль служит для оценки объёма и уровня усвоения обучающимся учебного материала одного или нескольких разделов дисциплины в соответствии с её рабочей программой и определяется результатами текущего контроля знаний обучающихся.

Текущий контроль успеваемости предусматривает оценивание хода освоения дисциплины: теоретических основ и практической части.

Текущий контроль для обучающихся очной формы обучения осуществляется 3 раза в семестр и предполагает начисление баллов за выполнение различных видов работ. Результаты текущего контроля подводятся по соответствующей шкале (таблица 4).

Выполнение всех форм работ, предусмотренных учебным планом и рабочей программой в течении семестра, является допуском к промежуточной аттестации.

Таблица 4 – Распределение баллов по дисциплине (очная, очно-заочная форма обучения)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид учебных работ по дисциплине | Количество баллов | | |
| Контрольная точка 1 (тематический блок) | Контрольная точка 2 (тематический блок) | Контрольная точка 3 (дисциплинарное тестирование) |
| *Вес контрольной точки (тематического блока)* | *0,3* | *0,3* | *0,4* |
| *Текущий контроль (100 баллов)* | | | |
| Активное участие на семинарских занятиях | 30 | 30 | - |
| Устный опрос (собеседование) | 20 | 20 | - |
| Решение практикоориентированных задач | 25 | 25 | - |
| Дискуссия | 10 | 10 | - |
| Доклад | 15 | 15 | - |
| Тестирование | - | - | 100 |
| **Контрольная точка=сумма баллов за контрольную точку×вес контрольной точки (КТn=Xn×Vn) ∑КТi=max 100 баллов** | | | |
| *Промежуточная аттестация (100 баллов)* | | | |

При обучении по заочной форме обучения текущий контроль не предусмотрен. Обязательным является итоговое дисциплинарное тестирование на платформе СКИФ.ТЕСТ.

Тестирование представляет собой систему стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Для успешного прохождения тестирования необходимо внимательно прочитать каждый вопрос и проанализировать предлагаемые ответы. Правильно выполнить задание можно не только при условии знания конкретного материала, но и благодаря способности рассуждать, отвергать неверные варианты ответа.

Тестовое задание размещено на сайте СКИФ.ТЕСТ https://skif.donstu.ru/test/course/view.php?id=3348

Промежуточная аттестация является результатом оценки знаний, умений, навыков и приобретенных компетенций обучающихся по всему объёму учебной дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена. Весовое распределение баллов и шкала оценивания по видам контрольных мероприятий для всех форм обучения подробно раскрыты в оценочных материалах (оценочных средствах) для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине и в рабочей программе дисциплины «История государства и права России».

Подготовка к промежуточной аттестации осуществляется в следующем порядке: ознакомление с перечнем вопросов к промежуточной аттестации; повторение лекционного материала и конспектов, созданных студентами в ходе подготовки к практическим занятиям и самостоятельного изучения дисциплины; консультация с преподавателем по вопросам, в которых студент не смог разобраться самостоятельно.

Экзаменационный билет по дисциплине «История государства и права России» включает в себя 2 теоретических вопроса. Максимальное количество баллов за экзамен составляет 100 баллов. По результатам экзамена обучающемуся выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», или «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» (91-100 баллов) выставляется обучающемуся, если:

- обучающийся набрал по текущему контролю необходимые и достаточные баллы для выставления оценки «автоматом» (для студентов очной формы обучения);

- обучающийся знает, понимает основные положения дисциплины, демонстрирует умение применять их для выполнения задания, в котором нет явно указанных способов решения;

- обучающийся анализирует элементы, устанавливает связи между ними, сводит их в единую систему, способен выдвинуть идею, спроектировать и презентовать свой проект (решение);

- ответ обучающегося по теоретическому и практическому материалу, содержащемуся в вопросах экзаменационного билета, является полным, и удовлетворяет требованиям программы дисциплины;

- обучающийся продемонстрировал свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией дисциплины;

- на дополнительные вопросы преподавателя обучающийся дал правильные ответы. Компетенция сформирована на высоком уровне.

Оценка «хорошо» (76-90 баллов) выставляется обучающемуся, если:

- обучающийся набрал по текущему контролю необходимые и достаточные баллы для выставления оценки автоматом (для студентов очной формы обучения);

- обучающийся знает, понимает основные положения дисциплины, демонстрирует умение применять их для выполнения задания, в котором нет явно указанных способов решения; анализирует элементы, устанавливает связи между ними;

- ответ по теоретическому материалу, содержащемуся в вопросах экзаменационного билета, является полным, или частично полным и удовлетворяет требованиям программы, но не всегда дается точное, уверенное и аргументированное изложение материала;

- на дополнительные вопросы преподавателя обучающийся дал правильные ответы;

- обучающийся продемонстрировал владение терминологией соответствующей дисциплины.

Компетенция сформирована на среднем уровне.

Оценка «удовлетворительно» (61-75 баллов) выставляется обучающемуся, если:

- обучающийся набрал по текущему контролю необходимые и достаточные баллы для выставления оценки автоматом (для студентов очной формы обучения);

- обучающийся знает и воспроизводит основные положения дисциплины в соответствии с заданием, применяет их для выполнения типового задания в котором очевиден способ решения;

- обучающийся продемонстрировал базовые знания важнейших разделов дисциплины и содержания лекционного курса;

- у обучающегося имеются затруднения в использовании научно-понятийного аппарата в терминологии курса;

- несмотря на недостаточность знаний, обучающийся имеется стремление логически четко построить ответ, что свидетельствует о возможности последующего обучения.

Компетенция сформирована на базовом уровне.

Оценка «неудовлетворительно» (менее 61 балла) выставляется обучающемуся, если:

- обучающийся имеет представление о содержании дисциплины, но не знает основные положения (темы, раздела, закона и т.д.), к которому относится задание, не способен выполнить задание с очевидным решением, не владеет навыками анализа и синтеза;

- у обучающегося имеются существенные пробелы в знании основного материала по дисциплине;

- в процессе ответа по теоретическому материалу, содержащемуся в вопросах экзаменационного билета, допущены принципиальные ошибки при изложении материала.

Компетенция не сформирована.

**Перечень вопросов для промежуточной аттестации**

1. Политическая реклама как форма политической коммуникации

2. Политическая пропаганда как форма политической коммуникации

3. Паблик рилейшнз как форма политической коммуникации

4. Лоббизм как форма политической коммуникации

5. Политический конфликт как форма политической коммуникации

6. Роль СМИ в политической коммуникации

7. Группа давления как субъект политической коммуникации

8. Политическая партия как субъект политической коммуникации

9. Реклама политическая и коммерческая: общее и особенное

10.Популизм в политической рекламе: сущность понятия и механизмы

формирования

11.Политический миф в политической рекламе

12.Имидж политического лидера

13.Имидж политической организации

14.Стереотипы в политической рекламе и пропаганде.

15.Негативная политическая реклама

16..Политические маркетинговые исследования: специфика, методы

17.Технология построения имиджа

18.Манипуляции в политической рекламе и пропаганде

19.Слухи в политической рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз

20.Прототипы в политической рекламе и пропаганде

21.Политические мифы и пропаганда

22.Основные тенденции развития политического процесса в

современной России

23.Политическая культура студента: миф и реальность

24.Имидж современного политика: естество или вторая натура

25.Язык телодвижений как невербальный компонент имиджа политика

26.Типажи политиков современной России

1. **КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

Контрольная работа рассматривается, как разновидность самостоятельной работы обучающихся заочной формы обучения, которая направлена на формирование умений самостоятельно работать с теоретическим материалом, анализировать важнейшие категории дисциплин, устанавливать взаимосвязь между их главными понятиями.

**1 Цели выполнения контрольной работы**

Цели выполнения контрольной работы для студентов заочной формы обучения заключается в следующем:

- развить способность к анализу учебной и нормативной литературы;

- выработать умение систематизировать и обобщать научный материал, а также практически и юридически его оценивать;

- формировать и укреплять навыки усвоения общетеоретических понятий, аргументированного, логического, грамотного изложения положений теории дисциплины;

- активизировать критическое мышление и способность анализировать информацию;

- развить умение применять эти положения на практике.

**2 Основные этапы работы обучающегося при выполнении контрольной работы**

При выполнении контрольной работы необходимо проявить навыки самостоятельной работы, умение пользоваться источниками литературы учебной и научной. Содержание работы необходимо излагать своими словами, логически последовательно.

Начинать работу необходимо с подробного изучения методических рекомендаций по дисциплине. Далее следует подобрать основную литературу в соответствии с вариантными заданиями контрольной работы. В процессе написания работы можно использовать дополнительную литературу, более углубленно рассматривающую различные аспекты темы. В случае затруднения в выборе литературы можно обратиться за консультацией к преподавателю.

Далее на основе изученного материала составить развернутый план, придерживаясь которого, следует излагать содержание заданий.

Выполненную контрольную работу студенты регистрируют в деканате, за которым закреплена выпускающая кафедра и направляют на проверку преподавателю не позднее, чем за 3 дня до промежуточной аттестации по данной дисциплине.

После проверки преподаватель дает рецензию о допуске к собеседованию (защите контрольной работы), или о необходимости её доработки.

Если контрольная работа не допущена к защите, то обучающийся должен по всем замечаниям преподавателя сделать необходимые исправления и дополнения (работу над ошибками), после чего он может повторно предоставить контрольную работу преподавателю.

Если содержание и оформление контрольной работы отвечает предъявляемым требованиям, то она допускается к защите.

По контрольной работе проводится устный опрос (зачет контрольной работы), после которого студент допускается к сдаче экзамена по дисциплине.

**3 Требования к содержанию и оформлению контрольной работы**

Контрольная работа содержит материал, охватывающий основные вопросы (темы) дисциплины и представляет собой письменную работу, включающую в себя ответ на один теоретический вопрос и выполнение одного практического задания.

Общий объем контрольной работы не должен превышать 15 страниц печатного текста формата А 4.

3.1 Выбор варианта контрольной работы

Вариант контрольной работы выбирается студентом в соответствии с последней цифрой номера зачетной книжки. При этом, 0 соответствует заданию под номером 10.

Контрольная работа, выполненная не по своему варианту, не засчитывается.

3.2 Требования по оформлению

Письменные работы обучающихся оформляют в соответствии с Правилами оформления письменных работ обучающихся для гуманитарных направлений подготовки.

Основные требования по оформлению:

– текст контрольной работы должен быть представлен в печатном виде на одной стороне листа белой бумаги формата А4;

– гарнитура шрифта – Times New Roman;

– размер шрифта для основного текста – 14;

– междустрочный интервал – 1,5;

– размер шрифта для примечаний, ссылок – 12;

– абзацный отступ –1,25 мм;

– выравнивание основного текста – по ширине страницы.

Текст оформляется без рамок, соблюдая следующие размеры:

– расстояние от левого края страницы до границ текста –30 мм;

– расстояние от верхней и нижней строки текста до верхнего и нижнего краев страницы – 20 мм;

– расстояние от правого края страницы до текста – 10 мм;

– номер страницы – в нижнем колонтитуле справа.

Для заполнения ячеек основной надписи:

– гарнитура шрифта Arial;

– курсив;

– для обозначения работы: размер – 20.

Титульный лист включают в общую нумерацию страниц, но номер страницы на нем не проставляют. Страницы текста следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему документу, включая и приложения.

Перенос в словах допускается использовать, кроме заголовков.

По тексту работы необходимо давать ссылки на таблицы и рисунки, включенные в состав работы.

Таблица подписывается сверху с указанием номера и наименования таблицы, ориентация по ширине. Таблицы объемом больше одной страницы допускается размещать в приложение.

Рисунок подписывается снизу с указанием номера рисунка и наименования, ориентация по центру.

По тексту контрольной работы должны быть указаны в квадратных скобках номера информационных ресурсов, в соответствии с перечнем использованных информационных ресурсов с тем же порядковым номерам.

3.3 Структура контрольной работы:

– титульный лист;

– содержание (при необходимости);

– формулировка задания;

– выполнение задания, согласно варианту;

– решение практического задания (при наличии);

– перечень использованных информационных ресурсов.

**4 Задания для контрольной работы**

1.Социальная реклама в России на рубеже ХIХ-ХХ вв.

2. Возникновение и развитие социальной рекламы (на примере отдельной страны на выбор).

3. Социальная реклама и Интернет.

4. Социальная реклама на страницах печатных СМИ.

5. Социальная реклама на телевидении.

6. Тенденции развития социальной рекламы в ХХI веке.

7. Фестивальное движение в области социальной рекламы в России.

8. Проявление креатива в разработке и реализации молодежных социальных

проектов.

9. Проявление креатива в создании социальной рекламы.

10. Российский опыт использования социальной рекламы в области профилактики асоциальных явлений.

11. Зарубежный опыт использования социальной рекламы в области

профилактики асоциальных явлений.

12. Имидж спорта и здоровья в печатной рекламе и на телевидении.

13. Роль социальной рекламы в продвижении идеи за здоровый образ жизни.

14. Роль социальной рекламы в укреплении семейных ценностей.

15. Роль СМИ в освещении молодежных социальных проектов.

16. Продвижение в молодежную среду социально значимой информации.

17. Роль социальной рекламы в развитии добровольчества.

18. Формирование ценностей здорового образа жизни с помощью социальнойрекламы (на примере социального проекта).

19. Взаимопроникновение коммерческой и социальной рекламы.

20. Формирование моды на здоровый образ жизни в поведении молодежи.

21. Специфика текста социальной рекламы.

22 Молодежная мода. Мода в социальной рекламе.

23 Представления о моде и отражение модных тенденций в социальной рекламе.

24. Плакат как средство социальной рекламы.

25.Современная партийная политическая символика: сравнительный анализ.

26.Политическая реклама: правовые, этические и профессиональные аспекты функционирования.

27.Основные характеристики текста в политической рекламе. Факторы искажения восприятия политической рекламы.

28.Политический брендинг и политическая реклама: сравнительная характеристика.

29.Политическая реклама в современных медиа-войнах: функции, специфика, потенциал.

30.Технологические требования к созданию рекламы. Телевизионные техники в рекламе.

31.Реклама в избирательных кампаниях: задачи и функции.

32.Стратегическое планирование рекламных кампаний.

33.Виды аргументации в политической рекламе.

34.Манипуляция в политической рекламе.

35.Мифология в политической рекламе.

36.Негативная политическая реклама.

37.Методы оценки эффективности рекламной кампании.

38.Технологии позиционирования имиджа политического лидера посредством политической рекламы.

39.Международная политическая реклама в XX и XXI вв.: сравнительный анализ.

40.Политическая реклама как элемент современной политической культуры.

Задание 1

Темы теоретических вопросов

Задание 2

ЗАДАЧИ

для выполнения контрольной работы

(номер варианта равен номеру задачи)

Задача 1 Сравните основные различные виды социальной рекламы и выведите общее и частное.

Задача 2 Сравните социальную рекламу и пропаганду и объясните при каких условиях будет предпочтителен тот или иной вид манипуляции.

Задача 3 Сформируйте ценности здорового образа жизни с помощью социальной рекламы (на примере социального проекта).

Задача 4 Создайте лубок согласно приемом данного изобразительного искусства посвященный современной социальной проблематике.

Задача 5 создайте интерактивный социальный плакат в сервисе Genially

**5 Критерии оценивания контрольной работы:**

*Контрольная работа считается выполненной если зачтены все ее задания.*

*Критерии оценки заданий контрольной работы* для ее зачета следующие:

**Задание 1 (Теоретический вопрос)**

*Задание контрольной работы считается зачтенным если:*

* содержание теоретического вопроса полностью соответствует заявленной теме вопроса, вопрос раскрыт достаточно полно, анализируются новейшие (актуальные) направления деятельности по проблематике;
* методические рекомендации при подготовке теоретического вопроса выполнены в полном объеме;
* при ответе на вопрос у обучающегося нет затруднений в использовании научно-понятийного аппарата в терминологии курса, а если затруднения имеются, то они незначительные;
* ответ обучающегося полный, развернутый и аргументированный. На все вопросы преподавателя, студент демонстрирует глубокое понимание темы и способность к анализу.

**Задание 2 (Практическое задание)**

* студент качественно применяет знания теоретического материала при решении практического задания;
* студент определяет взаимосвязь между показателями практического задания и дает правильный алгоритм решения;
* самостоятельно делает необходимые выводы и обобщения по результатам выполнения практического задания.
* решение практического задания обосновано логично, четко и аргументированно. Студент демонстрирует понимание альтернативных подходов и причин выбора оптимального.

При защите контрольной работы студент может получить дополнительные вопросы, касающиеся как темы работы, так и самой контрольной работы. Работа будет считаться зачтенной, если на все заданные вопросы студент успешно ответит.

*Обучающемуся контрольная работа не засчитывается, если:*

**Задание 1 (Теоретический вопрос)**

* обучающийся не раскрыл в полном объеме содержание теоретического вопроса (основные положения, разделы, законы и т.д.); содержание не соответствует теме;
* теоретический вопрос изложен неграмотно, без логической последовательности, нет ссылок на информационные ресурсы;
* методические рекомендации при подготовки контрольной работы не выполнены в полном объеме;
* при ответе на вопрос преподавателя у студента отсутствуют знания основных аспектов теоретического вопроса, видны значительные пробелы по темам (вопросам) дисциплины.

**Задание 2 (Практическое задание)**

* студент дает неверную оценку практическому заданию (ситуации, задачи), неправильно выбирает алгоритм действий;
* обучающийся не дает правильный ответ на практическое задание;
* отсутствует вывод по результатам выполнения практического задания.

**ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ**

*Основная литература:*

1.Рыжаков, А.П.: Постатейный Комментарий к ФЗ от 3 декабря 2011 года № 388-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в связи с совершенствованием деятельности экзаменационных комиссий по приему квалификационного экзамена на должность судьи».

2. Калмыков Сергей Борисович, Пашин Николай Петрович Социальная реклама: конструирование эффективного взаимодействия с целевой аудиторией: Монография Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2019.

3. Давыдкина Ирина Борисовна Социальная реклама в системе социальных коммуникаций и социального управления:Монография Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2020.

*Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" <http://biblioclub.ru/>
2. ЭБС "Научно-техническая библиотека ДГТУ" <http://ntb.donstu.ru/>
3. eLIBRARY.ru – российская научная электронная библиотека <http://elibrary.ru/>