

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации                   |       |   |

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор –  
проректор по учебной  
работе



С.Б. Бакланов

20 23 г.

## ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

### СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

(наименование программы)

Программу составили:

к.с.н., доцент, Гончарова Н.В, к.с.н. Андреева Ю.В.

*(должность, ученая степень, звание)*

 \_\_\_\_\_ Гончарова Н.В.

 \_\_\_\_\_ Андреева Ю.В.

Рекомендовано к использованию в учебном  
процессе решением ученого совета  
факультета культуры и искусства

Протокол № 1/245 от 05 сентября 2022 г.

Декан ФКПК

 \_\_\_\_\_ Ковардакова М.А.

Ульяновск, 2023

## Содержание

|      |  |    |
|------|--|----|
| I.   | Паспорт программы.....                     | 3  |
| II.  | Учебный план.....                          | 5  |
| III. | Календарный учебный график.....            | 5  |
| IV.  | Рабочие программы дисциплин (модулей)..... | 6  |
| V.   | Условия реализации .....                   | 9  |
| VI.  | Аттестация слушателей.....                 | 11 |
| VII. | Оценочные материалы.....                   | 11 |

### I. Паспорт программы

#### 1.1. Нормативно-правовые основания разработки (пронумеровать все подразделы)

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

Программа разработана на основе профстандарта 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (Зарегистрировано в Минюсте России 04.09.2014 N 33973) (уровень квалификации – б) и ФГОС ВО - бакалавриат 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (утв. Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. №512 (зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 г. №47220).

#### 1.2. Категория слушателей

лица, получающие высшее образование: бакалавриат, магистратура, специалитет.

#### 1.3. Область применения

Настоящая программа предназначена для повышения квалификации лиц, получающих высшее образование для формирования у слушателей представлений об осуществлении профессиональной деятельности с учетом социального контекста.

#### 1.4. Цель и задачи реализации программы

**Цель** реализации программы повышения квалификации:

Формирование компетенций в области использования технологий и методов социальной рекламы, необходимых для организации коммуникаций в сфере профессиональной деятельности.

**Задачи** реализации программы:

1. Содействовать пониманию значимости социальной рекламы и эффективности её применения в комплексе социальных коммуникаций в деятельности коммерческих и некоммерческих организаций.

2. Расширять знания о требованиях к разработке и продвижению социальной рекламы для коррекции региональных социальных проблем.

3. Формировать навыки оценки средств продвижения социальной рекламы в комплексе коммуникаций с разными целевыми аудиториями.

#### 1.5. Планируемые результаты обучения и требования к уровню освоения программы

| Профессиональные компетенции | Соответствующая ОТФ, ТФ, ТД профстандарта | Индикаторы достижения компетенций |       |         |
|------------------------------|---|-----------------------------------|-------|---------|
|                              |   | Уметь                             | Знать | Владеть |
|                              |   |                                   |       |         |

|  |  |   |   |  |
|--|--|---|---|--|
| ПК-1.<br>Способен<br>готовить и<br>проводить<br>кампании и<br>мероприятия по<br>созданию и<br>продвижению<br>социальной<br>рекламы | <b>ОТФ</b> (код В):<br>Организация<br>продвижения<br>продукции СМИ<br><b>ТФ</b> (код В/02.6):<br>Разработка<br>маркетинговой<br>стратегии для<br>продукции СМИ<br><b>ТД:</b> Разработка<br>концепции<br>продвижения<br>продукции СМИ | Используй<br>ть различные<br>средства<br>продвижения<br>социальной<br>рекламы в<br>комплексе<br>коммуникаций<br>различных<br>сферах<br>деятельности | Правовые<br>и этические<br>нормы и<br>правила<br>разработки и<br>продвижения<br>социальной<br>рекламы | Приемами<br>продвижения<br>и оценки его<br>эффективно<br>сти для<br>социального<br>рекламного<br>продукта, |
|--|--|---|---|--|

**1.6. Объем программы: 36 часов**

**1.7. Документ, выдаваемый после завершения обучения:** удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

## II. Учебный план

| №<br>п/п | Наименование модулей,<br>дисциплин, тем                                | Всего<br>часов | В том числе |                         |                               | Формы<br>аттестации<br>и контроля<br>знаний              | Формиру<br>емые компете<br>нции |
|----------|--|----------------|-------------|-------------------------|-------------------------------|--|---------------------------------|
|          |  |                | Лекции      | Практические<br>занятия | Самостоя<br>тельная<br>работа |  |                                 |
| 1        | 2  | 3              | 4           | 5                       | 6                             | 7  | 8                               |
|          | Раздел 1. Социальная<br>реклама в системе<br>общественных<br>отношений | 12             | 6           |                         | 6                             | Тестирование<br>в системе<br>дистанционно<br>го обучения | ПК1                             |
|          | Раздел 2. Социальная<br>реклама в различных<br>секторах деятельности   | 12             | 6           |                         | 6                             | Тестирование<br>в системе<br>дистанционно<br>го обучения | ПК1                             |
|          | Раздел 3. Особенности<br>создания и размещения<br>социальной рекламы   | 12             | 6           |                         | 6                             | Тестирование<br>в системе<br>дистанционно<br>го обучения | ПК1                             |
|          | Итоговая аттестация  |                | Зачёт       |                         |                               |  |                                 |
|          | Итого  | 36             | 18          |                         | 18                            |  |                                 |

## III. Календарный учебный график

Форма обучения: заочная

Режим занятий: дистанционный

| №<br>п/п | Наименование модулей,<br>дисциплин, тем                           | Количество<br>аудиторный часов | Дата<br>проведения | Место<br>проведения |
|----------|---|--------------------------------|--------------------|---------------------|
|          | Раздел 1. Социальная реклама в<br>системе общественных отношений  | 6                              | апрель 2023        | ЭИОС УлГУ           |
|          | Раздел 2. Социальная реклама в<br>различных секторах деятельности | 6                              | апрель 2023        | ЭИОС УлГУ           |
|          | Раздел 3. Особенности создания и<br>размещения социальной рекламы | 5                              | апрель 2023        | ЭИОС УлГУ           |
|          | Итоговая аттестация   | 1                              | Апрель 2023        | ЭИОС УлГУ           |

#### IV. Рабочая программа дисциплины (модуля)

##### 4.1. Учебно-тематический план

| Название разделов и тем   | Всего | Виды учебных занятий |  |                            |                               |
|---|-------|----------------------|--|----------------------------|-------------------------------|
|   |       | Аудиторные часы      |  |                            | Самостоятель<br>ная<br>работа |
|   |       | Лекци<br>и           | Практичес<br>кие<br>занятия,<br>семинары | Лабораторн<br>ые<br>работы |                               |
| 1   | 2     | 3                    | 4  | 5                          | 6                             |
| <b>Раздел 1. Социальная реклама в системе общественных отношений</b>  |       |                      |  |                            |                               |
| Тема 1. Понятие социальной рекламы                                    | 4     | 2                    | -  | -                          | 2                             |
| Тема 2. Правовое регулирование социальной рекламы                     | 4     | 2                    | -  | -                          | 2                             |
| Тема 3. Этическое регулирование социальной рекламы                    | 4     | 2                    | -  | -                          | 2                             |
| <b>Раздел 2. Социальная реклама в различных секторах деятельности</b> |       |                      |  |                            |                               |
| Тема 5. Социальная реклама в государственном секторе                  | 4     | 2                    | -  | -                          | 2                             |
| Тема 6. Социальная реклама некоммерческих организаций                 | 4     | 2                    | -  | -                          | 2                             |
| Тема 4. Социальная реклама для предпринимательского сектора           | 4     | 2                    | -  | -                          | 2                             |
| <b>Раздел 3. Особенности создания и размещения социальной рекламы</b> |       |                      |  |                            |                               |
| Тема 7. Методы, инструменты и приёмы создания социальной рекламы      | 4     | 2                    | -  | -                          | 2                             |
| Тема 8. Форматы и каналы распространения социальной рекламы           | 4     | 2                    | -  | -                          | 2                             |
| Тема 9. Оценка коммуникативной эффективности социальной рекламы       | 3     | 1                    | -  | -                          | 2                             |
| Зачёт   | 1     | 1                    |  |                            |                               |
| Итого   | 36    | 18                   | -  | -                          | 18                            |