Белорусский государственный университет



СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

**Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности:**

**1-23 01 15 Социальные коммуникации**

2015 г.

Учебная программа составлена на основе:

образовательного стандарта «Высшее образование. Первая ступень. Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации» (утвержден и введен в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 30.08.2013 г., №87);

учебного плана по специальности 1-23 01 15 Социальные коммуникации, 30.05.2013 г., регистрационный № Е 23 198/уч.

(дата утверждения)

СОСТАВИТЕЛЬ:

**И.И. Калачёва**, профессор кафедры социальной коммуникации Белорусского государственного университета, доктор исторических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

**Кафедра молодёжной политики** Государственного учреждения образования

«Республиканский институт высшей школы»;

**Осипов А.И.,** профессор ГУО «Институт подготовки научных кадров НАН Беларуси», доктор филос. наук, профессор

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой социальной коммуникации Белорусского государственного университета

(протокол № 11 от 28.05.2015 г.);

Научно-методическим советом Белорусского государственного университета (протокол № 6 от 29.06.2015 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Социальная политика как учебная дисциплина направлена на изучение научно-методического и практического обеспечения информационно- коммуникационных процессов в социальной сфере.

В Республике Беларусь сложилась система работы учреждений и организаций, представляющих социальную сферу. Социальная сфера является важнейшей частью социальной политики белорусского государства, в ее задачи входит решение сущностных вопросов материального бытия, духовной и социальной жизни разных групп населения. На изучение социальной сферы как совокупности отраслей, предприятий, организаций, непосредственным образом связанных и определяющих образ и уровень жизни людей, их благосостояние, потребление и будут направлены лекции, семинары по данному курсу.

Учебная дисциплина «Социальная политика» включает три модуля

«Основы государственного управления», «Социальная политика государства»,

«Социальная реклама». Студенты должны стать экспертами в оценке изменений, происходящих в социальной сфере, уметь применять навыки количественной и качественной оценки функционирования коммуникативных процессов, которые напрямую влияют на повышение общественного благосостояния, улучшение качества жизни населения, поддержание интеллектуального и духовного богатства общества, обеспечение социально- политической стабильности.

Учебная дисциплина «Социальная политика» предназначена для реализации на первой ступени высшего образования и входит в число базовых теоретических дисциплин для подготовки специалистов в области социальных коммуникаций по специальности 1-23 01 15 Социальные коммуникации.

Типовая учебная программа по учебной дисциплине «Социальная политика» разработана в соответствии с Образовательным стандартом и типовым учебным планом по специальности 1-23 01 15 Социальные коммуникации.

Цель учебной дисциплины – усвоение студентами теоретической базы и приобретение знаний, умений и навыков в области социальной политики.

Задачи учебной дисциплины:

-изучить понятие и механизмы современного государственного управления, процессы коммуникации в системе государственного управления;

* рассмотреть стратегию развития информационного общества в Республике Беларусь;

-особенности социальной политики в системе государственного управления;

-освоить социальные технологии в деятельности учреждений социальной сферы, обеспечивающих высокий уровень качества жизни разных групп населения;

* изучить правовые и этические нормы в функционировании социальной рекламы;
* освоить инструменты пиар и рекламы в социальной сфере при продвижении социальных, некоммерческих и коммерческих проектов.

Учебная дисциплина «Социальная политика» читается в пятом, шестом и седьмом семестрах параллельно с учебными дисциплинами «Массовые коммуникации», «Организационные коммуникации», «Реклама», «Связи с общественностью», «Управление рисковыми и кризисными коммуникациями».

В результате изучения учебной дисциплины студент должен знать:

* структуру и механизмы современного государственного управления;
* основные направления и механизмы реализации социальной политики;
* функции социальной рекламы и связей с общественностью в социальной сфере;
* правовые и этические нормы, действующие в сфере социальной рекламы. уметь:
* использовать информационно-коммуникационные технологии как инструмент обратной связи с органами государственной власти;
* осуществлять коммуникации с государственными и общественными организациями;
* осуществлять экспертизу социальной рекламы на стадии разработки и оценивать ее эффективность;
* планировать и осуществлять имиджевые, рекламно-информационные кампании и мероприятия;

владеть:

* правовыми и этическими нормами, действующими в сфере социальной рекламы;
* инструментами пиар и рекламы в социальной сфере при продвижении социальных, некоммерческих и коммерческих проектов.

На изучение учебной дисциплины «Социальная политика» образовательным стандартом отводится 214 учебных часов, из них 120 – аудиторных, примерное распределение которых по видам занятий включает:

в пятом семестре: 16 часов лекционных, 14 часов семинарских занятий, 4 часа аудиторный контроль УСР;

в шестом семестре: 20 часов лекционных, 14 часов семинарских занятий, 2 часа аудиторный контроль УСР;

в седьмом семестре: 24 часа лекционных, 20 часов семинарских занятий, 6 часов аудиторный контроль УСР;

Рекомендуемая форма отчетности – зачёты в пятом и шестом семестрам, экзамен в седьмом.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА МОДУЛЬ 1. ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ.

**Раздел 1.1 Теоретические основы государственного управления**

**Тема 1.1.1 Современная система государственного управления Республики Беларусь.**

Цель и задачи курса. Государственный орган как системообразующий элемент организационной структуры государственного управления. Государственный орган как единичная структура. Основа организационной структуры государственного управления – органы исполнительной власти. Разветвленность вертикали: органы исполнительной власти и органы власти субъектов как единая система исполнительной власти. Местное самоуправление, объекты управления, процедуры, формы организации, материальная база, работа с кадрами. Построение организационной структуры государственного управления: линейная, линейно-функциональная, программно-целевая, матричная структура.

Глава государства: роль в системе государственного управления. Администрация Президента Республики Беларусь, ее задачи, президентские службы за рубежом.

Парламент: сущность, структура, полномочия. Национальное собрание, судебная власть и др. Правительство Республики Беларусь: статус, формирование, основные полномочия, ответственность. Министерства и ведомства: общая характеристика (Министерство иностранных дел, Министерства экономики, финансов, по налогам и сборам, Государственный таможенный комитет и др.)

Тема 1.1.2 Информационное обеспечение системы государственного

**управления**

Развитие информационного общества как приоритет общественных процессов. Роль информационных технологий в развитии государственных структур. Технологии и организационные аспекты обеспечения государственного управления. Роль общественного мнения и СМИ в формировании положительной информационной среды. Создание пресс- центров и информационных служб, внедрение специалистов по PR- технологиям в работу государственных структур.

Работа по разработке и оптимизации сайтов государственных структур и управление контентом. Характеристика сайтов Министерств и ведомств: Министерства иностранных дел, Министерств экономики, финансов, по налогам и сборам, Государственного таможенного комитета, Министерств промышленности, энергетики, сельского хозяйства и продовольствия, транспорта и коммуникаций и др.

Тема 1.1.3 Министерство информации как управленческий институт и центр продвижения ценностей информационной культуры

История создания и функционирования сегодня. Структура: правовое

управление, управление печатных СМИ и внешних связей, управление электронных СМИ, управление производственно-технического развития, управление издательской деятельности и книжной торговли, финансово- экономическое управление и др. Направления функционирования и задачи. Подведомственные организации: организации «Союзпечать», издательства и книготорговые организации, полиграфические предприятия, ведущие государственные республиканские СМИ. Специфика государственного управления в сфере информации и коммуникации. Основные мероприятия: День белорусской письменности, Славянский базар, Минская международная книжная выставка-ярмарка, Национальный телевизионный конкурс

«Телевершина», Международная специализированная выставка ТИБО, Республиканский творческий конкурс «Крепка семья – крепка держава» и др.

Раздел 1.2 Социальные технологии в государственном управлении Тема 1.2.1 Роль общественного мнения и СМИ в системе

**государственного управления**

Феномен общественного мнения и СМИ в системе государственного управления. Общественное мнение как совокупность суждений и оценок,которая отражает массовое сознание населения, характеризует его состояние. Значение общественного мнения в процессе принятия важнейших решений, Функции общественного мнения: оценочная, аналитическая, контрольная, регулирующая. Двусторонняя основа общественного мнения в системе государственного управления. С одной стороны, оно отражает отношение населения к государственной власти, с другой – отношение государственной власти к общественному мнению.

Национальный медиарынок информационных услуг. Информационные услуги, предлагаемые телерадиовещанием, их влияние на управление в системе государственного управления. Основные направления деятельности национальных информационных агенств и медиа-ресурсов. Белорусское телеграфное агенство. Национальная государственная телерадиокомпания. Общенациональное телевидение. Столичное телевидение и др. Направления работы, цели информационной политики. Деятельность ведущих государственных республиканских СМИ (газеты «Советская Белоруссия», «Республика»,

«Народная газета», «Звязда», еженедельник «7 дней» и др. Представленность медиа-ресурсов в Интернет-пространстве (сайты, платформы).

Тема 1.2.2 Социальные технологии управления: сайты, электронное правительство, социальная реклама, пиар-службы и др.

Социальные технологии в системе информационно-коммуникативного обеспечения органов государственного управления. Электронное правительство, цели и задачи. Цели: электронный документооборот, электронная форма общения с разными целевыми группами, прозрачность решений и соответствие государственным программам, стратегиям и т.д.

Социальная реклама и ее имиджевая функция в деятельности министерств

и ведомств: Министерство внутренних дел, Министерства обороны Республики Беларусь, Министерство здравоохранения Республики Беларусь, Министерство по налогам и сбором и др.

Разработка PR кампании в организациях социальной сферы как приоритетной области реализации целей социальной политики. Понятие PR кампании в социальной сфере, учет стратегии и тактики развития организаций, их роль в социально-экономическом развитии страны. Взаимосвязь миссии, целей организаций социальной сферы и целей PR кампании. Анализ наиболее эффективных PR кампаний в сфере образования, здравоохранения, спорте, культуре и др.

Тема 1.2.3. Подготовка кадров для обеспечения деятельности государственных органов

Современная парадигма государственной службы. Закон Республики Беларусь «О государственной службе». Государственная служба как институт, обеспечивающий функционирование государственных органов власти. Реформа системы подготовки кадров в к. ХХ и нач. ХХI вв. Управление персоналом государственных структур, реализация принципов преемственности, подготовка молодых лидеров. Опыт подготовки лидеров в рамках проекта «Минская смена», Академия управления при Президенте Республики Беларусь.

Профессиограмма специалиста-управленца. Информационная и технологическая подготовка специалистов. Создание банка данных резерва кадров для системы государственных организаций и учреждений. Научная подготовка кадров. Специфика деятельности государственных органов управления наукой. Парк высоких технологий как инновационное предприятие по управлению и подготовке кадров для производственно-промышленного комплекса страны.

МОДУЛЬ 2. СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА

**Раздел 2.1 Основы социальной политики государства**

**Тема 2.1.1. Социальная политика, понятие, принципы формирования.**

**Белорусская модель социального государства**

Социальная политика государства, понятие, принципы формирования. Эволюция понятия «социальная политика», связь с понятием «социальное государство». Белорусская модель социального государства. Законодательные основы социального государства. Экономические основы социального государства, тенденции в развитии на разных этапах. Социальное партнерство, модели и механизмы социального партнерства. Опыт Беларуси.

Тема 2.1.2 Социальная политика в зарубежных странах, формирование современных моделей

Социальная политика в зарубежных странах, формирование современных моделей. Подходы к реализации социальной политики в разных странах. Модели социальной политики. Социал-демократическая (скандинавская) модель. Консервативная (континентальная) модель. Либеральная (американо- британская) модель.

Тема 2.1.3 Социальная политика Республики Беларусь в области занятости трудоспособного населения

Характерные черты и тенденции рынка труда в Республике Беларусь. Модели рынков труда, особенности белорусской модели рынка труда. Занятость, ее виды, формы. Политика занятости: принципы, направления. Политика в области заработной платы: основные задачи. Минимальная зарплата. Гарантии государства в области оплаты труда. Средняя зарплата как важнейший показатель экономического роста. Безработица, ее виды, формы и социально-экономические последствия. Государственная программа занятости. Гарантии занятости для разных социальных групп.

Тема 2.1.4 Социальная политика Республики Беларусь в области образования и воспитания

Национальная стратегия в области образования. Кодекс Республики Беларусь «Об образовании», его уникальность как нормативного документа и инновационный характер. Приоритеты в развитии сферы образования.

Экономическая функция образования. Проблемы и пробелы образования. Взаимосвязь образования и воспитания. Результаты образования: тенденции современности. Интеграция образовательной системы Беларуси в мировой и европейский образовательный процессы. Обучение иностранных студентов. Сравнительный опыт развития образования: европейские страны, США и др. Социальное партнерство в системе образования.

Тема 2.1.5*.* Государственная культурная политика Республики

**Беларусь**

Нормативно-правовая база для осуществления государственной культурной политики в Республике Беларусь (Закон Республики Беларусь «О культуре», 2004г., отраслевая Программа «Культура» на 2011-2015 гг., проект Кодекса Республики Беларусь «О культуре»).

Структура Министерства культуры: направления функционирования и задачи. Управления по охране памятников историко-культурного наследия и реставрации, по вопросам развития искусства, по кино и видео-искусству, управление организациями сферы культуры и народного творчества. Отделы по работе с творческой молодёжью, экономический, правовой отделы и др. Стратегические цели работы ведомства: сохранение ценностей национальной культуры, возвращение памятников изобразительного искусства, формирование культурных традиций современной жизни, поддержание традиций народной культуры и др. Города Беларуси как культурные столицы, информационная поддержка и сопровождение. Масштабные имиджевые события: Славянский базар, Евровидение, Поющие города, Минута национальной славы, День Победы, Дожинки и др.

Тема 2.1.6. Развитие физической культуры, спорта, туризма и санаторно-курортной сферы

Проблематика здорового образа жизни и поддержание здорового стиля

жизни. Рекреационный потенциал Республики Беларусь и его региональные, локальные и местные особенности. Государственные программы в области реформирования спорта, туризма и санаторно-курортной сферы. Льготы и приоритеты в поддержке разных социальных групп.

Модуль 2.2.Приоритетные направления социальной политики Тема2.2.1. Социальная политика Республики Беларусь в сфере социальной

**защиты**

Социальная защита населения как важнейшее направление и приоритет социальной политики белорусского государства. Сущность социальной защиты и ее принципы. Принципы функциональности, гуманизма, системности, комплексности, адресности. Цели социальной защиты. Социальные риски: их классификация и способы снижения. Объекты и субъекты социальной политики. Модели социальной защиты. Социальное страхование как способ снижения социальных рисков. Социальное обеспечение. Пособия. Льготы. Социальная помощь. Источники социальной помощи. Адресная социальная помощь. Система социального обслуживания в Республике Беларусь.

Тема 2.2.2. Демографическая безопасность как часть социальной политики государства

Демографическая безопасность как приоритет социальной политики на современном этапе развития страны. Угрозы, связанные с демографическими проблемами. Рождаемость, смертность, брачность, разводимость – главные показатели демографического развития. Состояние проблемы в Беларуси. Тенденции к изменению. Государственные программы демографического развития Республики Беларусь, их сущность. Программы демографического обеспечения.

Тема 2.2.3. Дети Беларуси: социальная защита, права и обязанности

Исторический анализ проблемы. Современное положение детей в мире (в Беларуси). Сравнительный анализ по основным социально-экономическим показателям и показателям развития человеческого потенциала. Здоровье, образование, семейный статус, материальное благополучие, наркомания, алкоголизация детей, преступность. Государственная политика в интересах детей. Права и обязанности детей. Дети и СМИ. Дети и Интернет. Социальные риски в процессе взросления. Сложности социализации и перехода во взрослый мир.

Тема 2.2.4. Молодёжная и семейная политика

Правовые основы молодёжной политики в Беларуси. Государственные программы «Молодёжь Беларуси», Закон Республики Беларусь «О молодёжи» (2004-2014 гг.). Экономическая основа поддержки молодёжи. Студенчество как социальная элита: проблемы этапа. Армейская молодежь, рабочая молодежь, сельская молодёжь. Государственная поддержка в процессе трудовой социализации. Решение жилищной проблемы. Научные кадры молодых. Государственные гарантии и приоритеты. Создание банка данных талантливой

молодёжи. Молодёжное сотрудничество, общественные объединения и союзы.

Молодые семьи: решение жилищной проблемы, рождение детей.

Преемственность как коммуникативный принцип строительства семьи и профессионального становления. Связь поколений.

**МОДУЛЬ 3. СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА**

Раздел 3.1 Теоретические аспекты становления института социальной рекламы

**Тема 3.1.1 Предмет, цель и задачи учебной дисциплины «Социальная реклама». Социальная реклама в контексте общечеловеческих ценностей**

Структура курса. Теоретическая и эмпирическая база. Система понятий и терминов, связанных с функционированием социальной рекламы в контексте информационных процессов.

Социальная реклама – способ информирования, продуцирования, распространения духовных, эстетических, нравственных, социальных ценностей. Ценности как совокупность идей, убеждений, моральных норм, социально-психологических установок, имеющих значение для социума в целом, для отдельных групп и для каждого человека в отдельности.

Специфика духовных потребностей, являющихся мотивационной основой для социальной рекламы. Некоммерческий продукт социальной рекламы. Особенности мотивации при восприятии социальной рекламы. Апелляция рекламодателей к духовным ценностям и нравственным нормам.

Тема 3.1.2 Социальная реклама как вид рекламы: особенности, отличия, рекламные средства и носители

Классификация социальной рекламы по основаниям: субъект и объект, цель социальной рекламы, масштаб деятельности, концентрация на целевой аудитории, характер воздействия социальной рекламы, форма социальной рекламы и др. Субъекты и объект социальной рекламы. В качестве субъектов социальной рекламы выступают государственные органы, учреждения, организации, продвигающие ценности социальной политики, некоммерческие структуры и организации, занимающие бизнесом. Объектом социальной рекламы является продукт (услуга), которая выступает в качестве визуального образа или вербальной составляющей рекламы. Социальная реклама как видовая модификация рекламы, ее отличие от других видов рекламы. Социальная реклама как видовая модификация рекламы отличается от других видов рекламы – коммерческой и политической. Различия в формулировании целей, в направленности на целевую аудиторию и в объектах рекламирования.

Краткая характеристика организаций, использующих социальную рекламу: государственные структуры, некоммерческие организации, ассоциации, благотворительные фонды, движения. Особенности организации как заказчика социальной рекламы (рекламодателя).

Рекламные средства и носители социальной рекламы. Учёт критериев в выборе каналов распространения социальной рекламы таких как количество

получателей рекламного послания целевой аудиторией, стоимость рекламы, авторитетность выбранного средства распространения и др.

Тема 3.1.3 История и современный этап развития социальной рекламы в мире и в белорусском обществе

История становления социальной рекламы в США, странах Западной Европы, уникальность опыта развития института социальной рекламы и нормативно-правовой базы, соотнесение целей социальной рекламы с общественно-политическими, социально-экономическими и культурными проблемами в развитии стран. Эволюция управленческих структур по регулированию социальной рекламы. Совет по делам рекламы в США, цели, задачи. Центральный офис информации в Великобритании: задачи современного этапа. Центральный союз немецкой рекламы (ZAW) - Германия. Опыт социальной рекламы в восточных странах (Япония, Китай).

Социальная реклама в России и постсоветских странах (Беларуси, Украине). История российской социальной рекламы. Продвижение гуманитарных ценностей и общечеловеческих идеалов. История создания цикла «Позвоните родителям», «Дети – не цветы», «Не бойтесь перемен» и др. Место социальной рекламы в рекламном процессе России в ХХ–ХХI века. Социальная реклама в ситуации рекламной агрессии, информационного плюрализма, деидеологизации общества.

История белорусской социальной рекламы. Социальная реклама: ее имидж в глазах государства и граждан. Концепция развития социальной рекламы в Беларуси. Нормативно-правовые основы регулирования процессов производства и продвижения рекламной продукции. Специфика тематик отечественной социальной рекламы. Приоритетные тематики (безопасность на дорогах, социальное сиротство, работорговля).

Тема 3.1.4 Правовое регулирование и этическое саморегулирование социальной рекламы

Основные положения нормативных документов о рекламе (социальной рекламе) в Республике Беларусь. Этический фактор в рекламе (социальной рекламе). Основные положения нормативных документов, касающихся производства и распространения социальной рекламы. Условия размещения социальной рекламы в средствах массовой информации.

Этический фактор как ведущий среди механизмов и основных способов саморегуляции рекламной деятельности. Кодексы рекламистов.

Международный Кодекс рекламной практики. Международный опыт правового и этического регулирования в области социальной рекламы и его применение в Беларуси.

Раздел 3.2 Технологии проектирования социальной рекламы

**Тема 3.2.1*.* Актуальные тематики социальной рекламы и характеристика ее потенциальной и целевой аудитории.**

Тематика социальной рекламы. Типология тематик социальной рекламы по направлениям: реклама образа жизни; реклама законопослушания,

конституционных прав и свобод человека; патриотическая реклама (О. Ю. Голуб). Актуальные тематики: профилактика дорожно-транспортного травматизма, военно-патриотическая проблематика, экологическая безопасность, охрана здоровья, защита семьи, детства, материнства и др. Планирование социальной рекламной кампании.

Рекламная кампания – основной инструмент реализации заказчиком рекламной стратегии, элемент тактики планирования рекламной деятельности; комплекс взаимосвязанных рекламных мероприятий для достижения конкретных целей.

Аудитория социальной рекламы. Зависимость содержания социальной рекламы от ее потенциальной и целевой аудитории. Методы изучения мотивов и потребностей потребителей рекламной продукции. Учёт особенностей целевой аудитории: демографический признак (возраст, пол, образование, социальное положение, жизненный цикл семьи, этническую и религиозную принадлежность); географический признак (характеристика региона, тип культурного развития, количество и плотность населения, климат, рельеф местности и т.д.); психографический признак (установки, ценности, стиль жизни); поведенческий признак (отношение к услугам, способность принять услугу).

Тема 3.2.2. Технология проектирования социальной рекламы: визуальный аспект коммуникации

Технологии рекламной деятельности как предмет изучения. Технология как система знаний об оптимальных характеристиках и особенностях процесса создания рекламного произведения, о профессиональных методах и приемах деятельности рекламиста,

Проектирование социальной рекламы – это специфическая технология создания рекламной идеи, от ее разработки в виде визуального ряда и вербальной составляющей до внедрения на рынке социальных услуг Социальная реклама как креативный продукт. Методика RAM-проводника.

Соблюдение требований к визуальной части социальной рекламы составляет основу художественного воплощения замысла разработчиков. технических требований визуальной части социальной рекламы. Правила выполнения технических требований в визуальной части социальной рекламы: правило сбалансированности, правило контрастности, правило пропорциональности, правило последовательности, правило целостности и др. Выбор персонажей в качестве героев рекламных сюжетов в зависимости от тематики рекламы, ее целей, мотивации целевой аудитории.

Тема 3.2.3. Технология проектирования социальной рекламы: вербальный аспект коммуникации

Слоган как текст социального послания, этапы работы над слоганом. Место слогана в визуальной концепции рекламной кампании; выбор медиасредства для публичного размещения рекламы, учет целевой аудитории. Характеристика рекламной коммуникации, в которую включается слоган, специфика

важнейших социально-психологических процессов - восприятия, запоминания, вовлечения.

Типология социальных текстов. Критерии классификации социальных текстов: по способу изложения, по цели рекламного сообщения, реклама, призывающая к действию, драматизированная реклама, нарративная реклама, рекламирование по аналогии, социальная реклама-инструкция, тест-загадка, тест-перечисление и др.

Стиль социальной рекламы, образные средства в создании рекламных текстов Стиль – это определенные правила, принципы, которым должна соответствовать социальная реклама. Принципы: краткость, конкретность, логичность, убедительность, простота и доходчивость, оригинальность, выразительность, правильный выбор тона сообщения. Образные средства в создании текстов социальной рекламы: троп, метафора, сравнение, олицетворение. Аргументация, приём шокирующей рекламы и т.д.

Тема 3.2.4. Оценка эффективности социальной рекламы

Понятие «эффективность» социальной рекламы как вида коммуникации Эффективность – социальный феномен, в рамках оцениваются возможности какого-либо явления путём использования социально-психологических инструментов. Анализ эффективности социальной рекламы основывается на ее целях и задачах как вида коммуникации. Эффективная социальная реклама способна сформировать новое поле социально-культурного развития общества и актуализировать механизмы обновления ценностных систем. Критерии эффективности социальной рекламы: поведенческая активность целевой аудитории, эффективность восприятия рекламного текста.

В оценке эффективности социальной рекламы используют понятие

«рекламоспособность». Рекламоспособность – это такое качество рекламных материалов, которые обладают потенциальной способностью мотивированного воздействия на сознание целевых аудиторий и характеризуются новизной идеи, эстетичностью, лаконичностью, ассоциативностью, удобопроизносимостью и другими требованиями.

Понятие «рекламоспособность» и «эффективность» в отношении социальной рекламы, их тождественность. Критерии эффективности делятся на две группы: количественные критерии эффективности (длительность социальной рекламной кампании, интенсивность, объем одного рекламного сообщения, количество контактов целевой группы с рекламным обращением). Качественные критерии эффективности (уровень изменения отношения целевой аудитории к проблеме, уровень идентификации проблемного вопроса, уровень эстетических характеристик). Оценка эффективности социальной рекламы: претест и посттест. Коммуникативная и психологическая эффективность социальной рекламы.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Номер раздела, темы | Название раздела, темы | Количество аудиторныхчасов | Форма контроля знаний |
| Лекции | Семинарские занятия | Иное | Количество часов УСР |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|  | **Модуль «Основы государственного управления»** |  |  |  |  | Контрольная работа Деловая игра Презентация |
|  | **Раздел 1. Теоретические основы государственного управления** |  |  |  |  |
| 1. | Современная системагосударственного управления Республики Беларусь | 2 | 2 |  | 2 |
| 2. | Информационное обеспечение системы государственногоуправления | 2 | 2 |  | 2 |
| 3. | Министерство информации как органгосударственного регулирования в области информации | 4 | 2 |  |  |
|  | **Раздел 2. Социальные технологии в государственном управлении** |  |  |  |  |
| 4. | Роль общественного мнения и СМИ всистеме государственного управления | 4 | 4 |  |  |
| 5. | Социальные технологии в государственном управлении: электронные услуги, социальнаяреклама, социальный PR | 2 | 4 |  |  |
| 6. | Подготовка кадров для обеспечения деятельности государственныхорганов | 2 |  |  |  |
|  | Всего: | 16 | 14 |  | 4 |  |
|  | **Модуль «Основы социальной****политики государства»** |  |  |  |  | Контрольная работа Деловая игра Тематическая дискуссия |
|  | **Раздел 1. Основы социальной****политики государства** |  |  |  |  |
| 1 | Социальная политика, понятие, принципы формирования.Белорусская модель социальногогосударства | 2 | 2 |  |  |
| 2 | Социальная политика в зарубежныхстранах, формирование современных моделей | 4 | 2 |  | 2 |
| 3 | Социальная политика Республики Беларусь в области занятоститрудоспособного населения | 2 | 2 |  |  |
| 4 | Социальная политика РеспубликиБеларусь в области образования и | 4 | 2 |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | воспитания |  |  |  |  |  |
| 5 | Государственная культурная политикаРеспублики Беларусь |  | 2 |  |  |
| 6 | Развитие физической культуры,спорта, туризма и санаторно- курортной сферы |  | 2 |  |  |
|  | **Раздел 2. Приоритетные направления социальной политики** |  |  |  |  |
| 7 | Социальная политика РеспубликиБеларусь в сфере социальной защиты | 2 | 2 |  |  |
| 8 | Демографическая безопасность какчасть социальной политики государства | 2 | 2 |  |  |
| 9 | Дети Беларуси: социальная защита,права и обязанности | 2 |  |  |  |
| 10 | Молодёжная и семейная политика как важная часть социальной политикигосударства | 2 | 2 |  |  |
|  | Всего: | 20 | 14 |  | 2 |  |
|  | ***Модуль «Социальная реклама»*** |  |  |  |  | Творческий проект Презентация Тематическая дискуссия |
| 1. | Предмет, цель и задачи учебной дисциплины «Социальная реклама».Социальная реклама в контексте общечеловеческих ценностей | 4 | 2 |  |  |
| 2. | Социальная реклама как вид рекламы: особенности, отличия, рекламныесредства и носители | 4 | 2 |  |  |
| 3. | История и современный этап развития социальной рекламы в мире и в белорусском обществе | 2 | 2 |  |  |
| 4. | Правовое регулирование и этическое саморегулированиесоциальной рекламы | 2 | 2 |  | 2 |
| 5. | Актуальные тематики социальнойрекламы и характеристика ее потенциальной и целевой аудитории. | 2 | 2 |  | 2 |
| 6. | Технология проектирования социальной рекламы: визуальныйаспект коммуникации | 2 | 4 |  |  |
| 7. | Технология проектирования социальной рекламы: вербальныйаспект коммуникации. | 2 | 4 |  |  |
| 8. | Оценка эффективности социальной рекламы | 4 | 2 |  | 2 |
|  | Всего: | 24 | 20 |  | 6 |  |

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА ОСНОВНАЯ

1. Атаманчук Г.В. Теория государственного управления. Курс лекций. – М.: Омега-Л, 2006 – 584 с.
2. Берестова Л.И. Социальная политика: Учеб. пособие. М.: «РАГС», 2011.
3. Васильев, В.П. Государственное управление: учеб. пособие / В.П. Васильев.

– М.: Дело и сервис, 2010.– 320 с.

1. Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие по специальности «Менеджмент в организации» / С.А. Варакута. – М.: Инфра-М., 2009. – 205 с.
2. Вечер, Л.С. Государственная кадровая политика: курс лекций / Л.С. Вечер. – Минск: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2005. – 343 с.
3. Володько О.М. Имидж руководителя. – Мн.: Амалфея, 2010. – 307 с.
4. Голуб, О.Ю. Социальная Реклама: учеб. пособие / О.Ю. Голуб. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011. – С.6-9
5. Государственное управление в Республике Беларусь: формирование государства для народа: материалы Респ. научно-практ. конференции (Минск, 29-30 октября 2009 г.).– Минск: Акад.упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2009.

– 399 с.

1. Государственное управление : учебник / Н.Б. Антонова и др. - Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2012 - 440с.
2. Ивановский А.В. Государственное управление: от философский оснований до созидания сильного и процветающего государства /Н.Березина и др. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2007. – 461 с.
3. Идеология и молодежь Беларуси : пособие / Л.С.Аверин и др. - Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2005. – 386 с.
4. Дмитриева Л.М. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник для вузов по специальности “Реклама” /Под ред. Л.М. Дмитриевой . М. : Экономистъ, 2006.
5. Дубовицкий В.Н. Исполнительная власть в Республике Беларусь: понятие и система органов. – Мн., Беларуская навука, 2006. – 175 с.
6. Калашников С., Анихин Г. Социальная политика: учеб. пособие. М.: ИНФРА, 2011.
7. Калачева, И.И. Актуальные проблемы научно-методического обеспечения сферы социальной защиты в Республике Беларусь. / И.И. Калачева // Актуальные проблемы развития сферы социальной защиты: внедрение инновационных технологий, научно-методическое и кадровое обеспечение : материалы Международной науч.-практ. конф., Минск, 5 апр. 2011 г. / редкол.: М.А. Щеткина [и др.] . – Минск : ГИУСТ БГУ, 2011. – С. 19–26.
8. Калачова, І.І. Сям’я на Беларусі: сучасныя этнакультурныя і дэмаграфічныя працэсы // Социальная работа в Беларуси. – 2011.  № 1. – С. 5– 9.
9. Калачёва, И.И. Семья и брак в коммуникативном пространстве советской и постсоветской Беларуси / И.И. Калачева // Актуальные проблемы коммуникации и культуры. Вып.15 : Международный сборник научных трудов / Пятигорский государственный лингвистический университет; гл. ред. Н.Л. Грейдина. – Москва-Пятигорск, 2013.  С. 119–128.
10. Калачова, І.І. Сям’я і шлюб беларусаў у гістарычнай рэтраспектыве і перспектыве / І.І.Калачова. – Мінск : РІВШ, 2012. – 124 с.
11. Калачёва, И.И., Сонич К.Н. Молодая семья в современном белорусском городе: повседневные практики и традиции //Современная молодёжь и общество : сб. науч. ст. Вып. 2: Молодёжь в обществе рисков и историко- культурных перемен / под науч. ред. И.И.Калачёвой. – Минск : РИВШ, 2014 .

 С. 30–36.

1. Калачева И.И, Скаражонок С.И. Социальная реклама как эффективный инструмент влияния на молодёжь //Современная молодёжь и общество : сб. науч. ст. Вып. 2: Молодёжь в обществе рисков и историко-культурных перемен

/ под науч. ред. И.И. Калачёвой. – Минск : РИВШ, 2014.  С. 80–86.

1. Кузнецов, П.А. Социальная реклама. Теория и практика: учебное пособие для вузов по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью»/ П.А. Кузнецов.- Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.
2. Лапина, С.В. Социология управления / С.В. Лапина, Г.Ф. Бедулина, И.А. Лапина – Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь. – 2010. – 170 с.
3. Лапина С.В. Социальное государство как воплощение идеи социальной справедливости // Проблемы управления: научно-практический журнал. – 2012.

– № 2. – С. 106-108.

1. Мандель Б.Р. Социальная реклама: учебное пособие / Б.Р.Мандель. – М. : Литература, 2014.
2. Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом : учебн. пособие / В.М. Маслова. – М., Вузовский учебник, 2012. – 206 с.
3. Медведева Е.С. Словарь терминов по теории социальной работы

/Е.С.Медведева. – СПб.: Питер, 2011. – 312 с.

1. Моисеев В.А. Паблик Рилейшинз – средство социальной коммуникации (Теория и практика). – К. : Дакор, 2002. – 506 с.
2. Мясникович М.В. Государственное регулирование социальной сферы: учебное пособие / М.В. Мясникович, Н.Б. Антонова, О.Б. Хорошко. – Мн.: Акад. Упр. При Президенте Респ. Беларусь, 2011.
3. Морова А.П. Социальная политика в сфере трудовых отношений. – Мн.: ИСПЦ, 2000. – 176 с.
4. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама : Теория и практика : Учеб. пособие для студентов вузов. / Г.Г. Николайшвили. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 191 с.
5. Основы государственного управления / Н.Б. Антонова и др.. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2008. – 414 с.
6. Основы социального государства / С.В. Лапина [и др.]; под ред. С.В. Лапиной. – Минск: БГПУ, 2008.– 128 с.
7. Савельева О.О. Введение в социальную рекламу. – М.: РИП-холдинг, 2006.
8. Савельева О.О. Социология рекламного воздействия. – М.: РИП-холдинг, 2006.
9. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии. Учеб. пособие / Под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. – М. : Аспект Пресс, 2013.
10. Силюк Т.С. Социальная политика : курс лекций / Т. С. Силюк, Е.И.Каверина

; Брест. Гос.ун-т им. А.С.Пушкина, – Брест : Изд-во БРГУ, 2008.

1. Смирнов С.Н. Социальная политика / С.Н. Смирнов, Т.Ю. Сидорина. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 430 с.
2. Современная молодежь и общество: сборник научных статей. Вып 1: Демографическая безопасность и репродуктивное здоровье молодежи / Под науч. ред. И.И. Калачевой. – Минск : РИВШ, 2013. – 94 с.
3. Социальная политика / Л.И. Берестова и др. – Москва : Издательство РАГС, 2005. – 542 с.
4. Социальная политика: Учебник / Под общ. ред. Н.А. Волгина, М., 2008.
5. Социальная работа с молодёжью / С.В. Лапина и др. – Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь. – 2007.
6. Социальная политика Беларуси в нач. ХХI века / Науч. ред. С.С. Полоник, И.М. Удовенко, Л.С. Боровик. – Мн. : НИЭИ, 2005. – 279 с.
7. Социальная политика: учебник / Ю.П. Алексеев; под общ. ред. Н.А. Волгина. – М. : Экзамен, 2006.– 736 с.
8. Тавокин Е.П. Социальная политика / Е.П. Тавокин. – Москва : Инфра-М, 2013. – 155 с.
9. Социальная работа: теория и организация: пособие / П.П. Украинец и др.; под ред. С.В. Лапина. – Мн.: ТетраСистемс, 2007. – 397 с.
10. Социальная реклама: учеб. Пособие для студентов вузов / Л.М. Дмитриева и др. – М.: ЮНИТИ –ДАНА,2009. – 271 с.
11. Тулупов В.В. Реклама: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов. – Воронеж : Издательство Воронежского государственного университета, 2011.
12. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: социальные инвестиции, партнерство, коммуникации. Учебное пособие. – Спб.: Лань, Планета музыки, – 2011.
13. Украинец П.П. Социология управления: учебно-методический комплекс по специальности «Социология» /П.П. Украинец. – Мн.: БГУ, 2008. – 326 с.
14. Ученова В.В., Старых Н.В. Социальная реклама : Учебное пособие. М. : ИндексМедиа, 2006.
15. Щеткина М.А. Совершенствование социального обслуживания – во благо человека / М.А. Щеткина // Проблемы управления. – 2009. – 2 (31) – С. 26-30.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

1. Василевич Г.А. Конституция Республики Беларусь: научно-практический комментарий. – 2 изд-е, – Мн, 2001. – 486 с.
2. Глазунова Г.И.Государственное (административное) управление: учебник / Г.И.Глазунова. – М.: ТК Велби : Проспект, 2006. – 560 с.
3. Гигин, В. Ф. Маркс и марксизм в контексте современности [Электронный ресурс] : материалы междунар. науч. конф., посвящ. 200-летию со дня рождения К. Маркса (1818–1883), Минск, 26–27 апр. 2018 г. // Белорусский государственный университет ; редкол.: В. Ф. Гигин (отв. ред.) [и др.]. – Минск: БГУ, 2018.
4. Гигин, В. Ф. Белорусская политическая система: перспективы развития / В. Ф. Гигин // Журнал Беларуская думка. – 2011. – №9. – С. 58-66
5. Азаренок, Ю. В., Гигин, В. Ф. Деятельность пресс-центра Прокуратуры Республики Беларусь как часть государственной информационной политики / Ю. В. Азаренок, В. Ф. Гигин // Минск: ИСПИ. – 2003. – С. 112.
6. Гигин, В. Ф., Новые медиа как фактор политики: стереотипы и тенденции / В. Ф. Гигин // Вестник ВЭГУ. – 2016. – № 3. – С. 132–139
7. Белорусская модель развития: механизмы реализации / Е.В. Матусевич, Г.М. Пашковский: Институт соц-экон. исслед. при Администрации Президента Респ. Беларусь. – Минск: ИСПИ, 2003.– 170 с.
8. Калачёва, И.И. Семья в современном белорусском обществе: реалии и перспективы развития / И.И. Калачёва. – Минск: Респ. ин-т высш. шк., 2008.  77 с.
9. Калачёва, И.И. Многодетные семьи в Беларуси: опыт реконструкции или попытка улучшения демографии /В кн.: Х Конгресс этнографов и антропологов России : Тезисы докладов. Москва, 2-5 июля 2013. / редкол.: М.Ю. Мартынова и др. – М.: ИЭА РАН, 2013. – С. 176.
10. Калачёва, И.И. Имидж преподавателя: идеальная модель и реальности восприятия / И.И. Калачева //Воспитание в сотворчестве (сотрудничество педагога и студента: содержание, формы, методы). Сб. науч. ст. Вып.5 : под научн. ред. д-ра филос. наук В.В. Познякова. – Минск : РИВШ, 2013.  С. 79– 85.
11. Калачёва, И.И. Семья и брак в постсоветском пространстве : новые тенденциии и преодоление демографических угроз / И.И. Калачева // Карельская семья во второй половине ХIХ-нач. ХХI в.: этнокультурная традиция в контексте социальных трансформаций. Сборник статей и материалов. – Петрозаводск, Карельский научный центр РАН, 2013.  С. 51– 65.
12. Калачева И.И. Формирование корпоративной социальной ответственности как условие коммуникативной эффективности организации /В кн.: Организационная коммуникация : материалы науч.-практ. конф. , 23-24 апр. 2014., Минск / О.В.Терещенко (отв. ред.) [и др.]. – Минск : Изд. центр БГУ, 2014. – С.41-44.
13. Паршенцева Н. Социальная реклама [Электронный ресурс]/ Международный пресс-клуб: PR-библиотека и PR-технологии.- 2012.- Режим доступа: <http://www.pr-club.com/pr_lib/pr_raboty#63.->Дата доступа 23.10.2013.
14. Пименов П.А. Основы рекламы : учебное пособие / П.А.Пименов. – Москва

: Гардарики, 2006.

1. Сергеев С. Социальная реклама : Искусство воздействия словом. - Самара, 2006.
2. Социальная политика / Ю,П. Алексеев, Л.И. Берестова, В.Н. Бобков и др. – М.: Экзамен, 2002. – 734 с..
3. Социальная политика: толковый словарь/ под общ. ред. Н.А.Волгина. – М. : РАГС, 2002.– 463 с.
4. Степанов Е.В. Социальная реклама в России: генезис, жанры, эволюция

/Е.В. Степанов. – М.: Вест-Консалтинг, 2006.

1. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. – М.: Питер, 2002.
2. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности. – М.: Оникс, 2007.
3. Фомичева И.Д. Контент-анализ рекламы: возможности и опыт применения

// Вестник МГУ. – Сер. журналистика. – 1991. – № 3.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ И КОНТРОЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

МОДУЛЬ «ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ».

Раздел 1. Теоретические основы государственного управления Тема 1. Современная система государственного управления Республики

**Беларусь.**

*Семинар «Основы государственного управления: понятие, сущность и характеристика»*

*Вопросы для обсуждения*

1. Дайте характеристику современного государства как социального феномена, какие основные типы государств вы знаете?
2. Дайте объяснение понятиям «управление», « государственное управление», какова его природа, его значение в широком и узком смысле?
3. Охарактеризуйте понятия субъекты и объекты государственного управления.
4. Дайте определение государственной власти, какие разновидности государственной власти можно выделить?
5. Что представляет собой парламент, каковы его компетенции?
6. Что представляет собой власть главы государства? Когда был введен институт президентства в Республике Беларусь?
7. Государственный орган: понятие, отличительные особенности. Какова организационная структура государственного органа?

*Практическое задание. Прочтите вопросы и подготовьте ответы на них в письменном виде (в форме доклада, реферата)*

1. Что нужно знать специалисту по социальной коммуникации по курсу

«Основы государственного управления»? Почему управление информационно- коммуникативными процессами является сегодня важнейшим направлением для развития государственных стратегий?

1. Какие задачи являются значимыми в информационном обеспечении системы государственного управления?
2. Как вы понимаете выражение «коммуникативная эффективность государственного управления»?

*Тематика докладов и рефератов*

1. Государственное управление как социальный феномен
2. Роль общественного мнения и СМИ в государственном управлении
3. Субъекты и объекты государственного управления.
4. Информация и коммуникация в государственном управлении
5. Глава государства: роль в системе государственного управления.
6. Парламент Республики Беларусь. Национальное собрание Республики Беларусь, порядок формирования, полномочия.
7. Правительство Республики Беларусь, основные полномочия, ответственность
8. Уровни исполнительно-распорядительных органов государственного управления. Министерства и ведомства: общая характеристика.

*Литература для самостоятельной работы*

1. Атаманчук Г.В. Теория государственного управления. Курс лекций. – М.: Омега-Л, 2006 – 584 с.
2. Василевич Г.А. Конституция Республики Беларусь: научно-практический комментарий. – 2 изд-е, – Мн, 2001. – 486 с.
3. Глазунова Г.И.Государственное (административное) управление: учебник / Г.И.Глазунова. – М.: ТК Велби : Проспект, 2006. – 560 с.
4. Государственное управление: учебник / Н.Б. Антонова и др.. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2012. – 440с.
5. Ивановский А.В. Государственное управление: от философский оснований до созидания сильного и процветающего государства /Н.Березина и др. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2007. – 461 с.
6. Дубовицкий В.Н.Исполнительная власть в Республике Беларусь: понятие и система органов. – Мн., Беларуская навука, 2006. – 175 с.
7. Соловьев А.И. Принятие государственных решений : учебное пособие / А.И. Соловьев. – М.: КНОРУС, 2006. – 344с.

Тема 2. Информационное обеспечение системы государственного управления

*Вопросы для самоконтроля.*

1. Информация как источник динамичного развития современного общества: согласны ли вы с эти мнением, аргументируйте свой ответ
2. Зачем нужна информация в системе управления, какая нужна информация и что значит управлять информацией?
3. В чем состоят особенности организации системы работы с информацией в деятельности органов государственного управления? Какова роль информационных и информационно-коммуникативных технологий в обеспечении эффективного государственного управления.
4. Дайте анализ Национальной программе ускоренного развития услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий на 2011 - 2015 годы. Перечислите основные направления реализации и их значение для системы государственного управления.
5. Проанализируйте подпрограммы "Электронное здравоохранение", "Электронная занятость и социальная защита населения", "Электронное обучение и развитие человеческого капитала", "Формирование национального контента", "Электронная таможня" и др. (по выбору).

*Изучить нормативно-правовые документы*

1. Об утверждении приоритетных направлений научно-технической деятельности в Республике Беларусь на 2011 - 2015 годы" Указ Президента Республики Беларусь от 22 июля 2010 г. N 378 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., N 183, 1/11797).
2. Концепция Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2011 - 2015 годы
3. Национальная программа ускоренного развития услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий на 2011 - 2015 годы
4. Стратегия развития информационного общества в Республике Беларусь на период до 2015 года (Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 9 августа 2010 г. N 1174)

*Литература для самостоятельной работы*

1. Государственное управление: учебник / Н.Б. Антонова и др.. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2012.
2. Управление информационными ресурсами : материалы 9 междунар. науч- практ. конф., Минск, 21 ноября 2012 г. /редколлегия А.В.Ивановский, В.В.Лабоцкий. – Минск : Академия управления при Президенте Республитки Беларусь, 2012.
3. Управление информационными ресурсами /редколлегия А.В.Ивановский, А.И.Шемаров, Б.В.Новыш. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2013.
4. ITБел. Научно-практический журнал. № 4 (47). Апрель 2013.

Тема 3. Министерство информации как орган государственного регулирования в области информации

*Семинар «Актуальные направления государственного регулирования в сфере информации в Республике Беларусь»*

*Вопросы для обсуждения.*

1. В чем заключаются особенности государственного управления в сфере информации и коммуникации, какие государственные структуры отвечают за реализацию стратегии информатизации в стране?
2. Какие институциональные признаки присущи Министерству информации Республики Беларусь
3. Перечислите основные направления деятельности Министерства информации по управлению информацией.
4. Какие проблемы необходимо решить в ближайшей перспективе в связи с расширением представительства государства, бизнеса, общественных организаций в глобальной компьютерной сети Интернет через развитие национального интернет-контента?
5. Каковы особенности перехода к электронным СМИ на современном этапе?

*Литература*

1. Государственное управление: учебник / Н.Б. Антонова и др.. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2012.
2. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: социальные инвестиции, партнерство, коммуникации. Учебное пособие. – Спб.: Лань, Планета музыки, – 2011.
3. Управление информационными ресурсами : материалы 9 междунар. науч- практ. конф., Минск, 21 ноября 2012 г. /редколлегия А.В.Ивановский, В.В. Лабоцкий. – Минск : Академия управления при Президенте Республитки Беларусь, 2012.
4. Управление информационными ресурсами /редколлегия А.В.Ивановский, А.И.Шемаров, Б.В.Новыш. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2013.
5. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации : Учебник. – 4-е изд. М., 2009.
6. Шилина М.Г. Корпоративные интернет-ресурсы в системе общественных связей. – М., 2007.
7. ITБел. Научно-практический журнал. № 4 (47). Апрель, 2013.

Раздел 2. Социальные технологии в государственном управлении

***Тема 4. Роль общественного мнения и СМИ в системе государственного управления***

*Семинар «Белорусский медиарынок: телерадиовещание как инструмент коммуникации в гражданском обществе»*

*Вопросы для обсуждения.*

1. Состояние белорусского медиарынка информационных услуг, его характеристика.
2. Каковы признаки и черты гражданского общества вы можете отметить, в частности, рассмотрите этот вопрос в триаде “человек-общество-информация”. Какова роль информационных программ белорусского телерадиовещания в достижении целей влияния на человека?
3. Какие программы и проекты государственного радио Беларуси функционируют в эфире и какие задачи они выполняют в отношении разных целевых групп. Как представлена в них информационная составляющая?
4. Какие программы и проекты национальных телеканалов Беларуси наиболее полно выполняют функцию информационного обеспечения граждан. Дайте анализ конкретным программам.
5. Как осуществляется информирование граждан о деятельности государственных органов власти, правительственных структур на радио (на телеканалах). Перечислите наиболее известные программы и проекты, назовите ведущих этих программ, кто является героями этих передач?
6. Как осуществляется экономическое информирование на каналах радио и телепередач? Какие цели ставят авторы этих программ? Каким образом это отражает проблемы экономической политики государства?
7. Как осуществляется информационная деятельность о правовой системе и работе правоохранительных органов на радио и телеканалах?
8. Какие задачи решает информация в Cоюзном государстве Беларусь-Россия, какие медиаресурсы для этого задействованы?

*Литература*

1. Венидиктов С.В. Телерадиовещение Беларуси в обеспечении коммуникационных процессов гражданского общества // Куляшоўскія чытанні. Рэд. Л.Ц.Кілевая. Магілёў, МДУ, 2010, Ч.2. С. 265-266.
2. Корело О.Н. Современное медиапространство в контексте союзного строительства // Научные труды РИВШ. Вып. 7. Минск : 2011. Серия философско-гуманитарные науки. – С. 80-84.
3. Слука О.Г. Идеологические парадигмы информационного пространства / О.Г. Слука / Журналістыка-2008: чтан, праблемы, перспектывы: матэрыялы 10- й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. – Вып.10. – Мінск: БДУ, 2008. – С. 370-372.
4. Титаренко Л.Г. Социология общественного мнения: курс лекций

/Л.Г.Титаренко. – 2-е изд., дополн. – Минск : “Асар”, 2013.

1. Фрольцова Н.Т. Основные тенденции развития современного телевидения Республики Беларусь // Современная журналистика : методология, творчество, перспективы, : сборник научных статей Ред. Н.Т. Фрольцова и др.. – Минск, БГУ, 2008. – С.31-51

Тема 5. Социальные технологии в государственном управлении: электронные услуги, социальная реклама, социальный PR

*Семинар «Социальные технологии в государственном управлении: электронные услуги, социальный пиар и социальная реклама»*

*Вопросы для обсуждения.*

1. Дайте определение понятиям «социальные технологии», «социальные технологии в государственном управлении».
2. Охарактеризуйте подпрограмму «Электронное правительство» (Национальная программа ускоренного развития услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий на 2011-2015 гг.), оцените возможности, которые дает данная программа для системы государственного управления.
3. Что такое «электронная услуга», можно ли утверждать, что она носит социальную направленность?
4. Объясните, почему социальный PR следует считать адресным управлением состоянием общественного мнения?
5. Что можно считать главным инструментом социального PR ?
6. Дайте пояснение сущности феномена социальный фандрайзинг и его разновидностей: спонсоринга, патронажа, благотворительности и меценатства.
7. Перечислите все инструменты социального PR.
8. Каковы особенности использования социальной рекламы в государственном управлении?

*Литература*

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью : Основы медиа-рилейшинз. – М., 2007.
2. Бердников И.П. PR-коммуникации: практическое пособие /И.П. Бердников, А.Ф. Стрижова. – М.: Дашков и К \*,2012. – 207 с.
3. Гаврош Н. Социальный PR: и волки сыты, и овцы целы // Советник. 2006 –

№ 7. – С.48-49.

1. Зельманов А.Б. Связи с общественностью в социальной сфере. СПб, 2008.
2. Карачковская С.А. Фандрайзинг и спонсоринг. Материалы лекций. СПб, 2006.
3. Николайшвили, Г.Г. Социальная реклама: теория и практика: учеб. пособие для вузов, по специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама»/ Г.Г. Николайшвили. – Москва: Аспект Пресс, 2008.
4. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии. Учеб. пособие / Под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. – М. : Аспект Пресс, 2013.

Тема 6. Подготовка кадров для обеспечения деятельности государственных органов

*Литература*

1. Государственная служба. Исполнительная власть : структура, функции. Зарубежный опыт. М. : РАГС, 1996.
2. Князев С.Н. Управление: искусство, наука, практика : учеб. пособие / С.Н.Князев. – Минск :Армита – Маркетинг, Менеджмент, 2002.
3. Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом : учебн. пособие / В.М. Маслова. – М., Вузовский учебник, 2012.
4. Осборн Д., Пластерик П. Управление без бюрократов, пять стратегий обновления государства / Д.Осборн, П. Пластерик. – М.: Прогресс, 2001.
5. Управление персоналом государственной службы: учебно-методическое пособие / В.Л. Абрамов и др.; Под ред. Е.В.Охотского. – М.: Изд-во РАГС, 1997.
6. Управление персоналом: Учебник / Под общ. ред. А.И.Турчинова. – М.: Изд- во РАГС, 2003.

МОДУЛЬ «ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА»

Раздел 1. Основы социальной политики государства

***Тема 1. Социальная политика государства, понятие, принципы формирования. Белорусская модель социального государства.***

*Семинар «Социальная политика, сущность, основные направления и приоритеты в Республике Беларусь»*

*Вопросы для обсуждения*

1. Дайте определение социальной политики в разных интерпретациях.
2. Каковы функции и принципы социальной политики?
3. Дайте разъяснение понятиям «социальная сфера», «социальная инфраструктура», «социальный комплекс».
4. Как соотносятся понятия «социальная политика и социальное государство»? Какие дополнительные понятия вы можете включить в предметное поле социальной политики?
5. Белорусская модель социального государства, охарактеризуйте данную модель.
6. Проанализируйте базовые учебники по социальной политике (3-4 единицы).

*Тематика докладов и рефератов*

1. Теоретические основы и задачи социальной политики как науки.
2. Нравственно-гуманистический потенциал социальной политики в современных условиях.
3. Белорусская модель социально ориентированного государства (по материалам научно-практических журналов «Беларуская думка», «Дело» и др.).
4. Социальная политика и развитие человеческого потенциала в Беларуси (и России).
5. Социальная инфраструктура в Беларуси: особенности (сферы медицинского обслуживания, социальной защиты, образования, работа с молодёжью и др.).
6. Социальная защита и поддержка социально-незащищенных групп населения как направление социальной политики.

*Литература*

1. Ахинов Г. А., Калашников С. Социальная политика: учеб. пособие. - М.: ИНФРА, 2011.
2. Берестова Л.И. Социальная политика: учеб. пособие. М.: «РАГС», 2011.
3. Зульфугарзаде Т.Э. Основы социального государства и гражданского общества : учебник. – М.: Изд. Центр «Академия», 2012.
4. Лапина С.В. Социальное государство как воплощение идеи социальной справедливости // Проблемы управления: научно-практический журнал. – 2012.

– № 2. – С. 106-108.

1. Основы социальной политики : учебник /под ред. В.И.Жукова. – М. : Изд-во РГСУ,2011.
2. Тавокин Е.П. Социальная политика / Е.П. Тавокин. – М. : Инфра-М, 2013.

Тема 2. Социальная политика в зарубежных странах, формирование современных моделей

*Вопросы для самопроверки и самоконтроля.*

1. Что такое модель социальной политики, что лежит в основе моделирования социальной политики, что является важным для построения модели в каждой стране?
2. В чем сущность национальных моделей социальной политики (социальной защиты) стран Европейского Союза?

3. Охарактеризуйте одну из моделей социальной политики (скандинавскую, континентальную европейскую, англосаксонскую, южноевропейскую модели)

1. Дайте характеристику белорусской модели социальной политики, какие принципы, функции лежат в ее основе?
2. В чем особенности формирования моделей социальной политики в постсоветских странах? ( России, Украине).

*Подготовить эссе на следующие темы*

«Социальное государство в Беларуси: проблемы и пути развития»;

«Белорусский путь: роль молодых поколений в продвижении ценностей информационного общества»

*Подготовить мультимедийную презентацию* по одной из рассматриваемых моделей социальной политики.

*Литература для самостоятельной работы.*

1. Основы социальной политики : учебник /под ред. В.И.Жукова. – М. : Изд-во РГСУ,2011.
2. Силюк Т.С. Социальная политика : курс лекций / Т. С. Силюк, Е.И.Каверина ; Брест. Гос.ун-т им. А.С.Пушкина, – Брест : Изд-во БРГУ, 2008.
3. Тавокин Е.П. Социальная политика / Е.П. Тавокин. – Москва : Инфра-М, 2013.

Тема 3. Социальная политика Республики Беларусь в области занятости трудоспособного населения

*Семинар «Социальная политика Республики Беларусь в области занятости трудоспособного населения».*

*Вопросы для обсуждения*

*1.*Раскройте понятия «трудовой потенциал», «рабочая сила», «трудовые ресурсы» и перечислите их отличия.

1. Что представляют собой границы трудовых ресурсов в стране, и под влиянием каких условий они складываются.
2. Что представляет собой рынок труда и как его можно охарактеризовать?
3. Выделите основные параметры и дайте характеристику рынка труда Республики Беларусь
4. Раскройте содержание государственного регулирования рынка труда Республики Беларусь, какие сложности этого процесса вы можете отметить?

8. Государственная программа занятости Республики Беларусь, каковы ее основные цели и задачи.

*Тематика докладов и рефератов*

1. Государственная политика занятости: особенности и формы ее реализации.
2. Безработица как следствие диспропорций в функционировании рынка труда.
3. Роль Международной организации труда в формировании политики занятости в Республике Беларусь.
4. Трудовая миграция в Беларуси: характеристика, динамика миграционных потоков.
5. Характеристика трудового потенциала и трудовых ресурсов на современном этапе (на основе данных статистических служб).

*Нормативно-правовые документы*

1. Государственная программа содействия занятости Республики Беларусь
2. Конвенция Международной организации труда по вопросам охраны, гигиены и безопасности труда
3. Декрет №1 Президента Республики Беларусь.
4. Закон Республики Беларусь «О внешней трудовой миграции»

*Литература*

1. Гращенкова Т.М. Социальная политика государства / Т.М. Гращенкова. – Витебск : ВГУ, 2011.
2. Зульфугарзаде Т.Э. Основы социального государства и гражданского общества : учебник. – М.: Изд. Центр «Академия», 2012.
3. Мясникович М.В. Государственное регулирование социальной сферы: учебное пособие / М.В. Мясникович, Н.Б. Антонова, О.Б. Хорошко. – Мн.: Акад. Упр. При Президенте Респ. Беларусь, 2011.
4. Основы социальной политики : учебник /под ред. В.И.Жукова. – М. : Изд-во РГСУ,2011.
5. Тавокин Е.П. Социальная политика / Е.П. Тавокин. – Москва : Инфра-М, 2013.

Тема 4. Социальная политика Республики Беларусь в области образования и воспитания

*Вопросы для самопроверки и самоконтроля.*

1. Какие главные цели и задачи стоят сегодня перед образованием как направлением социальной политики государства?
2. Перечислите приоритеты национальной системы образования?
3. Перечислите основные правовые документы об образовании, почему возникла необходимость в разработке «Кодекса об образовании», каково значение энного документа для национальной системы образования?
4. Что представляют собой социальные гарантии в сфере образования?
5. Перечислите задачи и функции органов государственного управления в системе образования?
6. В чем состоит роль государственной аккредитации, аттестации и лицензирования в системе образования?
7. Какие проблемы финансирования отрасли образования являются наиболее сложными?

*Литература*

1. Зульфугарзаде Т.Э. Основы социального государства и гражданского общества : учебник. – М.: Изд. Центр «Академия», 2012.
2. Мясникович М.В. Государственное регулирование социальной сферы: учебное пособие / М.В. Мясникович, Н.Б. Антонова, О.Б. Хорошко. – Мн.: Акад. Упр. При Президенте Респ. Беларусь, 2011.
3. Основы социальной политики : учебник /под ред. В.И.Жукова. – М. : Изд-во РГСУ,2011.
4. Тавокин Е.П. Социальная политика / Е.П. Тавокин. – Москва : Инфра-М, 2013.

Тема 5. Государственная культурная политика Республики Беларусь

*Семинар «Государственная культурная политика Республики Беларусь: проблемы и тенденции современного этапа.*

*Вопросы для обсуждения*

1. Культурная политика Республики Беларусь: основные вехи становления.
2. Сохранение историко-культурного наследия как направление культурной политики Беларуси
3. Приоритетные направления развития сферы культуры и культурная политика в Беларуси.
4. Структура государственного управления в сфере культуры.
5. «Кодекс о культуре» как инновационный правовой акт о перспективах развития сферы культуры

*Тематика докладов и рефератов*

1. Культурная политика в Беларуси: основные направления и приоритеты.
2. Сохранение историко-культурного наследия: анализ государственного списка культурных ценностей.
3. Охрана культурного наследия как направление культурной политики на международном и национальном уровнях.
4. Народные традиции и обряды Беларуси в списке Всемирного наследия памятников ЮНЕСКО.
5. Белорусское кино: лучшие фильмы и лучшие режиссеры.
6. Замки Беларуси (г. Несвиж, г.п. Мир).
7. Музей Великой Отечественной войны как пример применения инновационных технологий в культуре.
8. Электронная библиотека как инновационный ресурс в книжном мире.
9. Интернет и массовая культура.
10. Деятельность ООН по вопросам образования, науки и культуры: направления сотрудничества с Республикой Беларусь

*Изучите нормативно-правовые документы.*

1. Республиканская программа «Молодёжь Беларуси» (2006-2010 гг.),
2. Государственная программа «Молодые таланты Беларуси»(2006-2010 гг.),
3. Государственная программа «Культура Беларуси» (2011-2015 гг.),
4. Государственная программа «Замки Беларуси» (2012-2018 гг.) и др.

*Литература*

1. Зульфугарзаде Т.Э. Основы социального государства и гражданского общества : учебник. – М.: Изд. Центр «Академия», 2012.
2. Кривошей Д.А. Культурная политика Беларуси и России: сравнительный анализ // Проблемы управления. – Мн.: Академия управления при Президенте Республики Беларусь. – 2008, №3. – С. 189-193.
3. Матвейчук В.Ф. Приоритеты культуры: быть востребованной социумом // Проблемы управления. – Мн.: Академия управления при Президенте Республики Беларусь. – 2008, №3. – С. 64-71.
4. Национальная стратегия устойчивого развития социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Национальная комиссия по устойчивому развитию Респ. Беларусь ; редкол. Я.М. Александрович (и др.). – Мн.: Юнипак, 2004. – 206.
5. Тохиян Т.М. Культурная политика Республики Беларусь как форма противодействия процессам глобализации / Этыка і маральнасць у эпоху глабалізацыі. – Брэст : Альтернатива, 2008. – С.197-200.

Тема 6. Развитие физической культуры, спорта, туризма и санаторно- курортной сферы

*Семинар «Развитие массового физкультурно-оздоровительного движения и туризма в Беларуси: современный этап»*

*Вопросы для обсуждения*

1. Какие основные направления и приоритеты массового физкультурно- оздоровительного движения зафиксированы в Государственной программе развития физической культуры и спорта Республики Беларусь на 2011-2015 гг.
2. Как вы понимаете выражение «обеспечить доступность физкультурно- оздоровительных услуг» для всех слоев населения?
3. Какие наиболее значительные объекты спортивно-оздоровительной инфраструктуры вы знаете? Какие цели и задачи стоят перед спортивно- культурным комплексом «Минск-Арена»? Чижовка-Арена?
4. Организация массовой физкультурно-оздоровительной работы в городе и на селе: перечислите аргументы в пользу или городской инфраструктуры или экологической среды.
5. Какие приоритеты в сфере развития туризма и туристических услуг представляются наиболее значимыми и почему?
6. Как вы считаете, созданы ли в Беларуси условия для создания конкурентноспособного туристического комплекса.
7. Какие туристические объекты являются наиболее посещаемыми в Республике Беларусь. Перечислите и назовите их достоинства (не менее 10-15 объектов).

*Тематика докладов и рефератов*

1. Роль физической культуры и спорта в формировании здорового образа жизни.
2. Стратегия реформирования санаторно-курортной сферы в Беларуси
3. Беларусь спортивная: олимпийские чемпионы
4. Физкультурно-оздоровительная работа с детьми и подростками
5. Спортивные игры в жизни молодёжи
6. Игра как технология здорового образа жизни

*Задание для самопроверки и самоконтроля*

1. На основе статистических данных проанализируйте состояние санаторно- курортной сферы в Республике Беларусь и подготовьте реферат.
2. Изучите Закон Республики Беларусь «О здравоохранении» и составьте перечень основных проблем, которые пока не решены в медицинских учреждениях страны.
3. Изучите систему государственного управления здравоохранением в Республике Беларусь. Какие социальные технологии применяются в работе системы здравоохранения.

*Изучите нормативно-правовые документы.*

Указы Президента Республики Беларусь о развитии физической культуры, спорта, туризма и санаторно-курортной сферы:

1. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь ( 2006 г.).
2. О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь ( 2006 г.).
3. О санаторно-курортном лечении и оздоровлении населения ( 2006 г.).
4. О некоторых вопросах осуществления деятельности в сфере агроэкотуризма в Республике Беларусь (2008 г.).
5. О мерах по развитию придорожного сервиса (2008 г.).
6. Закон Республики Беларусь «О туризме» (2007 г.).
7. Государственная программа развития физической культуры и спорта Республики Беларусь на 2011-2015 гг.

*Литература*

1. Адамчик, К.Н. Становление и развитие туризма в Республике Беларусь: социологический анализ : автореф. дис. … канд. социол. наук : 22.00.01 / К.Н. Адамчик ; Бел. Гос. Ун-т. – Мн., 2010.  23 с.
2. Биржаков, М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – 9-е изд., перераб. и доп. – М. ; СПб. : Нев. Фонд : Изд. дом «Герда», 2007.  576 с.
3. Основы социальной политики : учебник /под ред. В.И.Жукова. – М. : Изд-во РГСУ,2011.
4. Тавокин Е.П. Социальная политика / Е.П. Тавокин. – Москва : Инфра-М, 2013.

Раздел 2. Приоритетные направления социальной политики Тема 7. Социальная политика Республики Беларусь в сфере социальной

***защиты***

*Вопросы для самоподготовки и самоконтроля*

1. Что представляет собой система социальной защиты населения?
2. Перечислите основные принципы формирования системы социальной защиты населения в РБ
3. Дайте характеристику социальным гарантиям, обеспечивающим всем гражданам минимальный уровень и качество жизни
4. Законодательная база системы социальной защиты в РБ, дайте анализ основным приоритетам, механизмам и инструментам государственного регулирования
5. Какие меры государcтвенного воздействия используются для реализации социальной политики в отношении защиты детей, женщин, пожилых людей, малообеспеченных граждан.
6. Что такое пенсионное обеспечение, трудовые и социальные пенсии
7. На основе статистических данных ежегодника Республики Беларусь проследите процесс старения населения. Сделайте сравнительный анализ со странами США, Швеции, Германии и др.
8. Что такое пенсионное обеспечение, какие пенсии бывают, реформа пенсионного обеспечения, почему возникла необходимость в ее проведении?

*Изучите нормативно-правовые документы а) о социальной защите*

1. Концепция комплексной программы развития социального обслуживания на 2011-2015 гг.
2. Республиканская комплексная программа социальной поддержки пожилых людей, ветеранов и лиц, пострадавших от последствий войн,
3. Комплексная программа по совершенствованию системы социальной работы с одинокими гражданами пожилого возраста.
4. Государственная программа по предупреждению инвалидности и реабилитации инвалидов и др.

*б) о пенсионном обеспечении*

1. Нормативно-правовые документы для самостоятельного изучения
2. Закон РБ «О пенсионном обеспечении», (1992 г.),
3. О социальной защите граждан, пострадавших от катастрофы на Чернобыльской АЭС (1991г.),
4. О пенсионном обеспечении военнослужащих, лиц, начальствующего и рядового составов органов внутренних дел (1992г.),
5. Об основах службы в государственном аппарате (1994г.),
6. Об основах государственного социального страхования (1995г.),
7. О размерах обязательных страховых взносов в Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь, (1996 г.)

*Литература*

1. Актуальные проблемы развития сферы социальной защиты: внедрение инновационных технологий, научно-методическое и кадровое обеспечение / Редкол : М.А. Щеткина и др. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2011. – 198 с.
2. Мясникович М.В. Государственное регулирование социальной сферы: учебное пособие / М.В. Мясникович, Н.Б. Антонова, О.Б. Хорошко. – Мн.: Акад. Упр. При Президенте Респ. Беларусь, 2011.
3. Социальная работа: теория и организация: пособие / П.П. Украинец и др.; под ред. С.В. Лапиной. – Мн.: ТетраСистемс, 2007.
4. Тавокин Е.П. Социальная политика: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2013.
5. Холостова Е.И. Социальная политика и социальная работа : учебное пособие / Е.И. Холостова. – М. : Дашков и К, – 2010.
6. Якушев А.В. Социальная защита. Социальная работа : конспект лекций А.В. Якушев. – М. : А-Приор, 2010.

Тема 8. Демографическая безопасность как часть социальной политики государства

*Вопросы для самопроверки и самоконтроля*

1. Перечислите основные направления демографической политики на современном этапе развития Беларуси?
2. Демографическая безопасность и национальная безопасность, как взаимосвязаны эти понятия и почему?
3. Какие показатели относятся к демографическим угрозам (дайте им характеристику, укажите на их параметры).
4. Какие меры по предотвращению демографических угроз принимаются на современном этапе? В каких нормативно-правовых документах они представлены?
5. Какие меры государственной поддержки существуют в Беларуси в отношении многодетной семьи (молодой семьи, малообеспеченной семьи)?
6. Каков опыт поддержки семей с детьми есть в зарубежных странах (Англия, Дания, Норвегия, Швеция)?
7. Как вы думаете, почему пока не удалось достигнуть значительного увеличения рождаемости и снижения смертности населения?

*Нормативно-правовые документы*

1. Закон Республики Беларусь «О демографической безопасности» (2002 г.).
2. Концепция национальной безопасности (2010 г.).
3. Национальная Программа демографической безопасности на 2007-2010 г.г.
4. Национальная Программа демографической безопасности на 2011-2015 г.г.
5. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006-2010 гг. (раздел «Демографическая политика и миграция населения»),
6. Программа действий правительства Республики Беларусь на 2006-2010 гг. (раздел «Укрепление семьи и формирование качественного демографического потенциала»),
7. Программа развития социально-трудовой сферы Республики Беларусь на 2006-2010 гг. (подпрограммы «Демографическая безопасность» и «Семейная политика»).

*Подготовить мультимедийную презентацию по следующей тематике:*

1. Опыт политики повышения рождаемости за рубежом (на примере одной из зарубежных стран).
2. Семейная политика в Беларуси: как улучшить демографическую ситуацию.
3. Программа «Жилье для молодой семьи» как важнейшее направление реализации демографической политики.
4. Народы Беларуси: кто живет в Беларуси и влияет ли это на демографическую ситуацию.
5. Материнство как первооснова жизни и источник продолжения рода.
6. Долгожительство в Беларуси как социокультурное явление.

*Литература*

1. Ахинов Г.А. , Калашников С.В. Социальная политика: Учеб. пособие. М.: ИНФРА, 2011.
2. Новоселова С.В., Денисенко М.Б. Основы демографии / С.В., Новоселова М.Б.Денисенко. – Мн. : Альтиора-Живые краски, 2012.
3. Калачёва, И.И. Семья и брак в постсоветском пространстве : новые тенденции и преодоление демографических угроз / И.И. Калачева // Карельская семья во второй половине ХIХ-нач. ХХI в.: этнокультурная традиция в контексте социальных трансформаций. Сборник статей и материалов. – Петрозаводск, Карельский научный центр РАН, 2013.  С. 51–65.
4. Основы социальной политики : учебник /под ред. В.И.Жукова. – М. : Изд-во РГСУ,2011.
5. Современная молодежь и общество: сборник научных статей. Вып 1: Демографическая безопасность и репродуктивное здоровье молодежи / Под науч. ред. И.И. Калачевой. – Минск

: РИВШ, 2013.

Тема 9. Дети Беларуси: социальная защита, права и обязанности.

*Вопросы для самоподготовки и самоконтроля*

1. Какие направления социальной защиты детей и подростков наиболее актуальны и востребованы в современных условиях?
2. Проанализируйте основные результаты Президентской Программы «Дети Беларуси на 2006-2010 г.»
3. Права и обязанности детей: каковы особенности социальной политики в отношении данной проблемы в Республике Беларусь?
4. В чем состоят главные приоритеты Беларуси в отношении образования и воспитания детей?
5. Расскажите о системе дополнительного образования детей и подростков, какую роль в развитии личности они играют? Приведите примеры.
6. Особенности гендерной политики в Беларуси, в чем они проявляются?

*Нормативно-правовые документы*

1. Закон Республики Беларусь «О правах ребенка» (1996 г.),
2. Президентская Программа «Дети Беларуси» (2006-2010 гг.),
3. Программа непрерывного воспитания детей и учащейся молодежи в Республике Беларусь на 2011-2015 годы (2011 г.)

*Литература*

1. Гражданское воспитание детей и учащейся молодежи: пособие для руководителей учреждений образования, педагогов, кла**с** ных руководителей и студентов / В. В. Буткевич. – Минск: Национальный институт образования, 2007.
2. Кеник, А. А. Защита прав ребенка и несовершеннолетних в Республике Беларусь / А. А. Кеник. - Минск: Дикта, 2007.
3. Отчет национального исследования причин семейного неблагополучия в Республике Беларусь /С.Н.Бурова [и др.]. – Минск : В.И.З.А. ГРУПП,2009.
4. Социальная политика и мир детства в современной России /М.В.Алешина и др. – Москва : Вариант, 2009.

Тема 10. Молодёжная и семейная политика как важная часть социальной политики государства

*Семинар «Молодёжная политика как приоритет в реализации целей социального государства».*

*Вопросы для обсуждения*

1. Дайте социально-демографическую и социально-психологическую характеристику современной белорусской молодёжи. Какие социальные потребности свойственны этой категории граждан Беларуси?
2. Дайте определение понятиям «молодёжная политика», «государственная молодёжная политика», кто является субъектом молодёжной политики, кто является субъектом государственной молодёжной политики?
3. Перечислите основные нормативно-правовые документы государственной молодежной политики в Республике Беларусь и укажите основные положения.
4. Образование как сфера межкультурных коммуникаций молодёжи.
5. Социальная поддержка и защита молодой семьи как приоритетное направление молодёжной политики государства.

*Тематика докладов и рефератов*

1. Ценностно-мировоззренческие ориентации белорусской молодежи.
2. Роль БРСМ в реализации основных направлений государственной молодежной политики.
3. Молодежная политика как фактор формирования гражданского общества.
4. Формирование и реализация молодежной политики в зарубежных странах (на примере отдельных стран).
5. Государственная молодежная политика в Республике Беларусь и России: общие и отличительные черты.
6. Международное молодежное сотрудничество как фактор реализации молодежной политики (на примере Республики Беларусь).
7. Роль международных молодежных организаций в осуществлении конструктивного диалога молодежи разных стран и профилактики экстремизма.
8. Основы государственной политики в сфере трудовой занятости молодёжи.

*Изучить нормативно-правовые документы*

1. Государственная республиканская программа «Молодежь Беларуси» (2004- 2006гг);
2. Государственная республиканская программа «Молодежь Беларуси» (2006- 2010гг.);
3. Республиканская программа "Молодые таланты Беларуси" на 2006 - 2010 годы

*Подготовить мультимедийную презентацию по следующей тематике:*

1. Социально-демографическая характеристика молодых ученых
2. Армия и молодежь.
3. Молодежная и мультимедийная культура.
4. Здоровая семья – условие демографического развития белорусского общества.

*Литература*

1. Государственная молодежная политика как важнейшее направление идеологической политики государства / Е. И. Мельник. - Брест: БрГУ, 2007.
2. Григорьев С.И. Социальная работа с молодёжью / С.И. Григорьев, Л. Г. Гуслякова, С.А. Гусова. – Москва : Гардарики, 2008.
3. Данилова, Е.А. Трансформация базовых ценностей молодежи Республики Беларусь: социологический анализ: автореф. … дисс. канд. социол. наук: 22.00.01/ Е.А. Данилова; Белорусский государственный университет. – Минск, 2009.
4. Калачева, И. И. Семья в современном белорусском обществе: реалии и перспективы развития / И. И. Калачева. – Минск: Республиканский институт высшей школы, 2008.
5. Современная молодёжь и общество : сб. науч. ст. Вып. 2: Молодёжь в обществе рисков и историко-культурных перемен / под науч. ред. И.И. Калачёвой. – Минск : РИВШ, 2014.
6. Социальная работа с молодёжью / Н.Ф. Басов и др. – Москва : Дашков и К, 2012.
7. Положение молодежи в Республике Беларусь в 2009 г. (2014 г.). Доклад

/Министерство образования Республики Беларусь [Электронный ресурс].

1. Узгорок, М. Ю. Патриотизм как высшая ценность духовной культуры личности : монография / М. Ю. Узгорок. - Минск: БГПУ, 2007. – 118 с.

МОДУЛЬ «СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА»

Тема 1. Предмет, цель и задачи учебной дисциплины «Социальная реклама». Социальная реклама в контексте общечеловеческих ценностей

*Вопросы для обсуждения и самоконтроля*

1. Дайте определение социальной рекламы, покажите эволюцию понятия.
2. Перечислите функции социальной рекламы.
3. Раскройте задачи социальной рекламы в современном белорусском обществе.
4. В чем заключается роль социальной рекламы в системе общественных изменений? Может ли социальная реклама влиять на молодёжь и почему?

*Литература*

1. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама: Теория и практика: Учеб. Пособие для студентов вузов / Г.Г. Николайшвили. – М.: Аспект Прес, 2008.
2. Социальная реклама: учеб.пособие для студентов вузов / Л.М.Дмитриева и др., под ред. Л.М.Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
3. Учёнова В.В. Социальная реклама вчера, сегодня, завтра, М., 2006.

Тема 2. Социальная реклама как вид рекламы: особенности, отличия, рекламные средства и носители

*Вопросы для обсуждения и самоконтроля.*

1. Перечислите основания для классификации социальной рекламы, дайте обоснование данным критериям.
2. В чем отличия социальной рекламы от коммерческой и политической.
3. Кто является рекламодателем? Какие государственные структуры используют социальную рекламу, и для каких целей. Может ли частное лицо быть рекламодателем?
4. В чем состоят преимущества и в чем недостатки основных средств распространения рекламы.

*Литература*

1. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама: Теория и практика: Учеб. Пособие для студентов вузов / Г.Г. Николайшвили. – М.: Аспект Прес, 2008.
2. Социальная реклама: учеб.пособие для студентов вузов / Л.М. Дмитриева и др., под ред. Л.М.Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
3. Учёнова В.В. Социальная реклама вчера, сегодня, завтра, М., 2006.

Тема 3. История и современный этап развития социальной рекламы в мире и в белорусском обществе

*Вопросы для обсуждения*

1. Назовите дату возникновения социальной рекламы, в какой стране это произошло и с какой целью.
2. Перечислите основные вехи становления социальной рекламы в США (странах Западной Европы).
3. История социальной рекламы в России, перечислите наиболее значимые рекламные кампании, посвященные социальным проблемам.
4. Какие особенности можно выделить в качестве наиболее важных для характеристики рынка социальной рекламы в постсоветских странах?
5. История развития социальной рекламы в Беларуси: достижения и сложности современного этапа
6. Опыт социальной рекламы в восточных странах (Китай, Япония, страны Ближнего Востока и др.)

*Литература*

1. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама: Теория и практика: Учеб. Пособие для студентов вузов / Г.Г. Николайшвили. – М.: Аспект Прес, 2008.
2. Социальная реклама: учеб.пособие для студентов вузов / Л.М.Дмитриева и др., под ред. Л.М.Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
3. Учёнова В.В. Социальная реклама вчера, сегодня, завтра, М., 2006.

Тема 4. Правовое регулирование и этическое саморегулирование социальной рекламы

*Вопросы для обсуждения и самоконтроля*

1. Назовите основные положения Закона Республики Беларусь «О рекламе» в редакции 1997 и 2007 гг. Перечислите дополнения и изменения, внесённые в Закон в 2007 г.
2. Как вы понимаете сущность этической составляющей в социальной рекламе? Перечислите этические факторы в социальной рекламе?
3. Как вы различаете понятия «надлежащая», «ненадлежащая», «скрытая» реклама? Неэтичная реклама имеет следующие признаки (перечислите с точки зрения законодательства).
4. Какие этические нормы следует соблюдать рекламодателю в отношении наружной социальной рекламы?
5. Перечислите основные положения Международного Кодекса рекламной практики.

Тема 5. Актуальные тематики социальной рекламы и характеристика ее потенциальной и целевой аудитории

*Вопросы для обсуждения и самоконтроля:*

1. Какие темы социальной рекламы являются наиболее актуальными для белорусского рынка социальной рекламы? Для российского рынка
2. темы? Дайте аргументированный ответ.
3. Поясните понятия «целевые группы социальной рекламы». «потенциальная и реальная аудитория», «массовая и избирательная аудитория».
4. Опишите социально-психологический портрет белорусской молодёжи как целевой группы социальной рекламы.
5. Дайте анализ этапов планирования социальной рекламной кампании и структуры компонентов, ее составляющих. Определите место и значение целевой группы в зависимости от тематики социальной рекламы.

Тема 6. Технология проектирования социальной рекламы: визуальный аспект коммуникации

*Вопросы для обсуждения и самоконтроля.*

1. Объясните понятие «креативность» в отношении социальной рекламы. Можно ли считать социальную рекламу творческим продуктом?
2. Проектирование социальной рекламы как технология, в чем ее сущность, какие требования и правила предъявляются к визуальной части рекламы?
3. Как вы думаете, кто входит в команду разработчиков социальной рекламы? Каков механизм подбора специалистов для работы в рекламных агенствах?
4. Какие требования предъявляются к выбору персонажей видеосюжетов для современной социальной рекламы? Кто может стать героем сюжета социальной рекламы по здоровому образу жизни (укажите конкретных людей).

Тема 7. Технология проектирования социальной рекламы: вербальный аспект коммуникации

*Вопросы для обсуждения и самоконтроля.*

1. Дайте определение слогану, какие требования к нему предъявляются разработчиками социальной рекламы?
2. Перечислите этапы работы над слоганом и дайте им характеристику.
3. Опишите схему рекламной коммуникации.
4. Укажите критерии классификации социальных текстов для социальной рекламы.
5. Как вы понимаете стиль социальной рекламы, в чем это проявляется?
6. Какие образные средства используются в создании рекламных текстов? Какова роль аргументации, охарактеризуйте шок как прием в аргументации, в чем особенности его использования?

Тема 8. Оценка эффективности социальной рекламы

*Вопросы для обсуждения и самоконтроля.*

1. Дайте определение понятию «эффективность социальной рекламы» (коммуникативная эффективность). Чем отличаются эти параметры в сравнении с коммерческой рекламой?
2. Какие методы исследования эффективности социальной рекламы можно применить на этапе претестирования? На этапе посттестирования?
3. Кто может быть тестологом? Модератором? Какими методами исследования социальной рекламы он должен владеть?
4. Изучите сущность методов опроса, интервью (метода контент-анализ, метода фокус-группа и др.) и продемонстрируйте ваши знания исследовательских процедур.

ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для диагностики профессиональных компетенций студентов в рамках промежуточного контроля в ходе изучения учебной дисциплины «Социальная политика» будут использованы: эссе, участие в групповой работе на семинарских занятиях, подготовка индивидуальных и групповых презентаций, докладов, рефератов по разработанным темам и др.

Рекомендуемая форма итогового контроля по дисциплине – зачет (в пятом и шестом семестрах), экзамен (в седьмом семестре), может быть проведен как в устной, так и в письменной форме. К экзамену допускаются студенты, выполнившие и представившие задания, предусмотренные на практических занятиях, и при этом имеющие положительные оценки за письменные работы (участие в групповой дискуссии, разработка творческого задания, контрольная работа).

ТЕМАТИКА ТВОРЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ И РЕФЕРАТОВ

* Тема милосердия и благотворительности в социальной рекламе
* Антитабачная реклама.
* Социальная реклама: СПИД и круг проблем.
* Рекламные акции против наркотиков.
* Борьба за безопасность на дороге в социальной рекламе.
* Тема пьянства за рулём.
* Реклама против расизма, дискриминации и национализма
* Защита окружающей среды в рекламе.
* За чистоту городской среды – тема мусора в городе
* Социальная реклама за мир, против военных действий
* Антиядерная реклама.
* «Заплати налоги и спи спокойно» – тема коррупции в социальной рекламе.
* Профессия и карьера как темы социальной рекламы
* Пусть ваши слёзы будут только от лука – тема насилия в отношении женщин
* За жизнь нерожденных детей – тема аборта в социальной рекламе
* Тема охраны здоровья в социальной рекламе.
* Здоровое питание – залог долголетия как тема улучшения демографического положения в стране
* Тема оздоровления и развития массового спорта в молодёжной среде.
* Интернет-безопасность среди детей и подростков.
* Тема «Святость материнства» в социальной рекламе
* Кто поможет сироте? – тема социального сиротства и ее отражение в рекламных роликах.
* Разные тактики ведения боя против пьянства (разбор рекламных кампаний).
* Женский алкоголизм как социальная проблема и ее отражение в социальной рекламе
* Реклама Greenpeace.
* Образ пожилого человека в зарубежной и отечественной социальной и коммерческой рекламе (сравнительный анализ).
* В семье пожилой человек – тема отношений поколений
* Тема детства и творчества в социальной рекламе
* Защита ребенка – темы социальной рекламы.
* Воспитание в семье и традиции – тема социальной рекламы: опыт разных стран
* Насилие и агрессивность в обществе и в рекламе.
* Анализ фестиваля маркетинга и рекламы «Белый квадрат» (проекты

«Социальной рекламы»)

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование | Название кафедры | Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебнойдисциплине | Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты иномера протокола)\* |
| Массовые коммуникации, Организационные коммуникации, Реклама,Связи с общественностью, Управление рисковыми и кризиснымикоммуникациями | кафедра социальной коммуникации | нет | **Согласование не требуется**,протокол заседания кафедры социальной коммуникации №11 от 28.05.2015г. |

\* При наличии предложений об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ

на / учебный год

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Дополнения и изменения | Основание |
|  |  |  |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры социальной коммуникации (протокол № от 20\_\_ г.)

Заведующий кафедрой

кандидат социологических наук, доцент

(подпись)

О.В. Терещенко

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета философии и социальных наук

доктор социологических наук, профессор

(подпись)

А.В. Рубанов