

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ  
АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
ПСИХОЛОГИИ И СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ»  
(СПбГИПСР)**

**КАФЕДРА ТЕОРИИ И ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**УТВЕРЖДАЮ**

Руководитель образовательной программы,

доктор педагогических наук, доцент,

профессор кафедры теории

и технологии социальной работы

С.С. Лебедева

«20» апреля 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**ПРАКТИКУМ «PR-ТЕХНОЛОГИИ В СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ»**

основной профессиональной образовательной программы

«Инновационные практики в социальной сфере»

по направлению подготовки 39.04.02 Социальная работа

Разработчик: канд. пед. наук, доцент Афанасьева Оксана Владимировна

Согласовано: канд. пед. наук, доцент, зав. кафедрой Платонова Юлия Юрьевна

**Санкт-Петербург**

**2022**

## **РАЗДЕЛ 1. Учебно-методический раздел рабочей программы дисциплины**

### **1.1. Аннотация рабочей программы дисциплины ПРАКТИКУМ «PR-ТЕХНОЛОГИИ В СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ»**

**Цель изучения дисциплины:** формирование практических умений в области применения PR-технологий в социальной работе, а также профессиональных компетенций, необходимых для осуществления данной деятельности.

**Задачи дисциплины:**

1. Дать представление о применении социальными учреждениями PR-технологий работы со СМИ.
2. Познакомить с вариантами использования PR-технологий в сети Интернет;
3. Расширить компетентность обучающихся в области применения в социальной работе PR-акций событийного характера и PR мероприятий;
4. Сформировать представления о способах применения социальной рекламы в социальной работе.

**Содержание дисциплины:**

PR-технологии работы со СМИ  
 PR-технологии в сети Интернет  
 PR-акции событийного характера и PR мероприятия  
 Социальная реклама как технология

### **1.2. Цель и задачи обучения по дисциплине**

**Цель<sup>1</sup>:** – формирование практических умений в области применения PR-технологий в социальной работе, а также профессиональных компетенций, необходимых для осуществления данной деятельности.

**Задачи<sup>2</sup>:**

1. Дать представление о применении социальными учреждениями PR-технологий работы со СМИ.
2. Познакомить с вариантами использования PR-технологий в сети Интернет;
3. Расширить компетентность обучающихся в области применения в социальной работе PR-акций событийного характера и PR мероприятий;
4. Сформировать представления о способах применения социальной рекламы в социальной работе.

### **1.3. Язык обучения**

Язык обучения – русский.

---

<sup>1</sup> Цель – представление о результатах освоения дисциплины. Цель дисциплины должна быть соотнесена с результатом освоения ОП ВО (формируемыми компетенциями). Цель должна быть обозначена кратко, четко и иметь практическую направленность. Достижение цели должно быть проверяемым

<sup>2</sup> Формулировка задач должна быть связана со знаниями, умениями и навыками (владениями), также должны быть учтены виды деятельности, указанные в ОП ВО.

**1.4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий, самостоятельную работу, форму промежуточной аттестации**

Форма обучения	Общий объем дисциплины			Объем в академических часах							
	В зач.ед.	В астрон. часах	В акаем. часах	Объем самостоятельной работы	Объем контактной работы обучающихся с преподавателем					В том числе практическая подготовка*	Промежуточная аттестация** зачет
					Всего	Виды учебных занятий					
						Всего учебных занятий	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа			
Очная	2	54	72	44	28	26	8	18		2	
Заочная	2	54	72	62	10	8	2	6		2	

\*Часы на практическую подготовку выделяются в тех дисциплинах, где она предусмотрена (в лекциях, практических занятиях, коллоквиумах, кейсах и прочее)

\*\*В случае реализации смешанного обучения рабочая программа дисциплины адаптируется преподавателем в части всех видов учебных занятий и промежуточной аттестации к использованию дистанционных образовательных технологий.

**1.5. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы**

Код компетенции наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-3. Способен к планированию, контролю и организации работы с персоналом, реализующим деятельность по социальной защите граждан	ИПК -3.1. Использует знания принципов и методов планирования работы с персоналом;  ИПК -3.2. Применяет различные методы контроля работы персонала, реализующего деятельность по социальной защите граждан;  ИПК -3.3. Осуществляет организацию работы с персоналом, реализующим деятельность по социальной защите граждан.	<b>на уровне знаний:</b> -знает принципы и методы умпланирования работы с персоналом по обучению их способам использования PR-технологий в социальной работе; <b>на уровне умений:</b> - умеет применять различные методы контроля работы персонала, реализующего PR-технологии в социальной работе; <b>на уровне навыков:</b> - владеет навыками организации работы с персоналом, реализующим PR-технологии в социальной работе.

<p>ПК-4. Способен к подготовке и организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан</p>	<p>ИПК -4.1. Использует знания различных методов организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, объединений, частных лиц к реализации социального обслуживания граждан;</p> <p>ИПК -4.2. Осуществляет подготовку мероприятий по привлечению ресурсов организаций, объединений, частных лиц к реализации социального обслуживания граждан;</p> <p>ИПК -4.3. Проводит мероприятия по привлечению ресурсов различных типов организаций.</p>	<p><b>на уровне знаний:</b> - знает методы PR-технологии работы со СМИ, PR-технологий, которые используются в сети Интернет, способы организации PR-акций событийного характера и PR мероприятий, особенности использования социальной рекламы для привлечения ресурсов организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан.</p> <p><b>на уровне умений:</b> - умеет осуществлять подготовку PR-акций событийного характера и PR мероприятий, анализировать социальную рекламу.</p> <p><b>на уровне навыков:</b> - владеет навыками проведения PR-акций событийного характера и PR мероприятий на базе учреждения социального обслуживания населения.</p>
--	--	---

## РАЗДЕЛ 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1. Учебно-тематический план дисциплины

#### Очная форма обучения

п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				СР	Форма промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				
			Л	ПЗ	ПрП*		
Тема 1	PR-технологии работы со СМИ	12	2			10	
Тема 2	PR-технологии в сети Интернет	18	2	6		10	
Тема 3	PR-акции событийного характера и PR мероприятия	22	2	6		14	
Тема 4	Социальная реклама как технология	18	2	6		10	
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>2</b>					<b>Зачет</b>

	<b>ВСЕГО в академических часах</b>	<b>72</b>	<b>8</b>	<b>18</b>		<b>44</b>	
--	------------------------------------	-----------	----------	-----------	--	-----------	--

### Заочная форма обучения

п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				Форма промежуточной аттестации (ПА)	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР
			Л	ПЗ	ПрП*		
Тема 1	PR-технологии работы со СМИ	16	2			14	
Тема 2	PR-технологии в сети Интернет	18		2		16	
Тема 3	PR-акции событийного характера и PR мероприятия	18		2		16	
Тема 4	Социальная реклама как технология	18		2		16	
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>2</b>					<b>ЗАЧЕТ</b>
	<b>ВСЕГО в академических часах</b>	<b>72</b>	<b>2</b>	<b>6</b>		<b>62</b>	

\* Разработчик указывает формы промежуточной аттестации: экзамен, зачет, дифференцированный зачет.

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

ПрП – работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации практической подготовки;

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

## **2.2. Краткое содержание тем (разделов) дисциплины**

### **Тема 1. PR-технологии работы со СМИ**

Система информирования, как основа работы со СМИ. Рассылка информационных материалов в целевые СМИ. Создание благоприятного информационного фона для организации. Мероприятия, организуемые для журналистов. Пресс-конференция - событийная и проблемная. Техническая и содержательная подготовка пресс-конференций. План и структура пресс-конференции. Поводы для сбора пресс-конференции социальной организации. Брифинг (отчет). Цель брифинга. Поводы для организации брифинга. Формы брифинга. Длительность брифинга. Пресс-туры и экскурсии для журналистов. Цель пресс-туров. Семинары, конференции, круглые столы с присутствием прессы. Подготовка и выпуск корпоративных СМИ. Формы корпоративных СМИ. Цель корпоративных СМИ. Функции корпоративных СМИ.

### **Тема 2. PR-технологии в сети Интернет**

Обеспечение присутствия организации в Интернете. Создание и поддержка веб-сайта. Преимущества веб-сайтов. Виды сайтов. Сайт-визитка и корпоративный сайт, их эффективность. Конструкторы сайтов. Привлечение к созданию сайтов добровольцев и профессиональных агентств. Информационное наполнение сайтов.

Брендинг и PR в социальных сетях, их особенности. Формирование интереса пользователей к сообществу. Создание уникального контента. Привлечение добровольцев для работы в социальных сетях.

Создание социальных флеш-мобов в сети Интернет. Цели флеш-мобов. Идеи для флеш-мобов. Поводы для организации флеш-моба. Привлечение медийных личностей и звезд для участия в флеш-мобах.

### **Тема 3. PR-акции событийного характера и PR мероприятия**

Цель событийного PR и его формы. Отличия PR-акции и PR-события. Освещение в СМИ PR-акций и PR-событий. PR-мероприятия, его задачи. Присутствие символики организации на событии. Виды мероприятий. Специальные мероприятия, их организация. Виды специальных событий и мероприятий: мероприятия для СМИ; мероприятия для внутренней общественности; мероприятия для внешней общественности; информационные мероприятия; развлекательные мероприятия. Этапы организации специального события. Планирование мероприятия и методика оценивания его результатов. Факторы, способствующие успеху в проведении

мероприятий. Параметры анализа успешности мероприятия. Отличительные особенности специальных PR-мероприятий. Использование раздаточных материалов на мероприятии. Привлечение ресурсов через PR-мероприятия.

#### **Тема 4. Социальная реклама как технология**

Социальная реклама как PR-технология. Сущность социальной рекламы. Цель социальной рекламы. Идеи социальной рекламы. Функции социальной рекламы. Общие рекомендации и принципы по разработке социальной рекламы. Этапы создания социальной рекламы. Действия на каждом из этапов создания социальной рекламы. Звенья социальной рекламы. Клиентские группы на которые направлена социальная реклама. Масштабы социальной рекламы. Измерение и оценка результативности социальной рекламы. Проведение рекламных компаний. Установление партнерских отношений с профильными рекламными агентствами. Привлечение добровольцев для создания рекламных роликов социальной направленности. Проблемы развития технологии социальной рекламы в российском обществе. Конкурсы социальной рекламы.

### **2.3. Описание занятий семинарского типа**

#### **СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1.**

Тема: PR-технологии работы со СМИ

Цель: закрепить у студентов представления о PR-технологиях работы со СМИ.

Понятийный аппарат: СМИ, информационный фон, пресс-конференция, брифинг, пресс-тур

Вопросы для обсуждения:

1. Система информирования, как основа работы со СМИ.
2. Создание благоприятного информационного фона для организации.
3. Техническая и содержательная подготовка пресс-конференций.
4. Брифинг (отчет).
5. Пресс-туры и экскурсии для журналистов.
6. Семинары, конференции, круглые столы с присутствием прессы.
7. Подготовка и выпуск корпоративных СМИ.

#### **СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2.**

Тема: PR-технологии в сети Интернет

Цель: закрепить у студентов навыки, связанные с применением PR-технологии в сети Интернет

Понятийный аппарат: Интернет, веб-сайт, брендинг, контент, флеш-моб.

Вопросы для обсуждения:

1. Обеспечение присутствия организации в Интернете.
2. Создание и поддержка веб-сайта.
3. Информационное наполнение сайтов.
4. Брендинг и PR в социальных сетях, их особенности.
5. Создание уникального контента.
6. Создание социальных флеш-мобов в сети Интернет.
7. Идеи для флеш-мобов.

#### **СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3.**

Тема: PR-акции событийного характера и PR мероприятия

Цель: закрепить у студентов практические умения в области применения PR-акций событийного характера и PR мероприятий.

Понятийный аппарат: PR-акции, PR-события, специальные мероприятия.

Вопросы для обсуждения:

1. Отличия PR-акции и PR-события.
2. Освещение в СМИ PR-акций и PR-событий.

3. Специальные мероприятия, их организация.
4. Виды специальных событий и мероприятий.
5. Факторы, способствующие успеху в проведении мероприятий.
6. Параметры анализа успешности мероприятия.
7. Привлечение ресурсов через PR-мероприятия.

#### **СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4.**

Тема: Социальная реклама как технология

Цель: закрепить у студентов представления о использовании в социальной работе социальной рекламы как технологии.

Понятийный аппарат: социальная реклама.

Вопросы для обсуждения:

1. Социальная реклама как PR-технология.
2. Идеи социальной рекламы.
3. Функции социальной рекламы.
4. Общие рекомендации и принципы по разработке социальной рекламы.
5. Клиентские группы на которые направлена социальная реклама.
6. Измерение и оценка результативности социальной рекламы.
7. Проблемы развития технологии социальной рекламы в российском обществе.

#### **2.4. Организация планирования встреч с приглашёнными представителями организаций.**

Встречи с приглашёнными представителями организаций не предусмотрены.

#### **2.5. Особенности освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья**

Обучение студентов с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

- 1) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
  - размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

2) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

3) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

- возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Получение образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

<b>Категории студентов</b>	<b>Формы</b>
С нарушением слуха	- в печатной форме; - в форме электронного документа
С нарушением зрения	- в печатной форме увеличенным шрифтом; - в форме электронного документа; - в форме аудиофайла
С нарушением опорно-двигательного аппарата	- в печатной форме; - в форме электронного документа; - в форме аудиофайла

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

Перечень фондов оценочных средств, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие оценочные средства:

<b>Категории студентов</b>	<b>Виды оценочных средств</b>	<b>Формы контроля и оценки результатов обучения</b>
----------------------------	-------------------------------	---

С нарушением слуха	тест	преимущественно письменная проверка
С нарушением зрения	собеседование	преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушением опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные вопросы	-

Студентам с ограниченными возможностями здоровья увеличивается время на подготовку ответов к зачёту, разрешается готовить ответы с использованием дистанционных образовательных технологий.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций. При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся. При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

- инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме);

- доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом);

- доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья предоставляются основная и дополнительная учебная литература в виде электронного документа в фонде библиотеки и / или в электронно-библиотечных системах.

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения:

- лекционная аудитория – мультимедийное оборудование (для студентов с нарушениями слуха);

- учебная аудитория для практических занятий (семинаров) мультимедийное оборудование, (для студентов с нарушениями слуха).

## **2.6. Методические указания для студентов по освоению дисциплины**

В данном подразделе рабочей программы дисциплины указывается:

- аннотирование дисциплины (основные научные концепции, теории, понятийный аппарат, наиболее значимые ученые и исследователи вопроса);

- основные принципы изучения материалов дисциплины;

- основные требования к подготовке к занятиям.

Наиболее значимыми вопросами изучения данной дисциплины являются основные функции, принципы и структурные компоненты PR-технологий в социальной работе; место PR-технологий технологий в социальной работе; проблема выбора и применения PR-технологий в

социальной работе; критерии оценивания результативности PR-технологий в социальной работе на этапах их реализации.

При изучении данной дисциплины соблюдаются основные принципы современной науки:

- принцип сознательности и активности
- принцип проблемности
- принцип объективности

Методическое обеспечение дисциплины осуществляется за счёт использования современных учебников (учебных комплексов, справочной литературы, словарей, интернет-сайтов специальных зданий и организаций) и учебных пособий, касающихся проблематики изучаемой дисциплины.

## **2.7. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Учебная аудитория, оборудованная мультимедийным оборудованием и аудио системой, с возможностью демонстрации интерактивных пособий и учебных фильмов, с доступом к сети Интернет.

Кабинет психологических тренингов и медиации: Используемое оборудование: комплекты специализированной мебели, мультимедийное оборудование с доступом к сети Интернет.

## **РАЗДЕЛ 3. Требования к самостоятельной работе студентов в рамках освоения дисциплины**

Самостоятельная работа обучающихся – способ активного, целенаправленного приобретения обучающимся новых для него знаний, умений и компетенций без непосредственного участия в этом процесса преподавателей.

Самостоятельная работа по дисциплине является единым видом работы, которая может состоять из нескольких заданий.

Разработка материалов для самостоятельной работы обучающихся должна основываться на требованиях Положения об аттестации учебной работы обучающихся института (<http://www.psysocwork.ru/524/>).

Самостоятельная работа обучающихся в рамках дисциплины «Практикум «PR-технологии в социальной работе» является одним из базовых компонентом обучения, приобретения общекультурных и профессиональных компетенций, предусмотренных компетентностно-ориентированным учебным планом и рабочей программой учебной

дисциплины. В процессе самостоятельной работы обучающиеся проявляют свои творческие качества, поднимаются на более высокий уровень профессионализации.

При изучении курса используются следующие формы самостоятельной работы:

- работа с книгой;
- работа со словарями;
- конспектирование;
- аннотирование;
- рецензирование;
- составление конспекта воспитательного мероприятия и его анализ;
- решение кейсов.

### **Оформление самостоятельной работы:**

1. Титульный лист.

Образец титульного листа определяется Положением об аттестации учебной работы обучающихся института, и опубликован на сайте [www.psycwork.ru](http://www.psycwork.ru) раздел «Учебный процесс» / «самостоятельная работа».

1. Устанавливаются следующие требования к оформлению самостоятельной работы:

- параметры страницы (210x297 мм) А4;
- интервал полуторный;
- шрифт 12, Times New Roman;
- поля страницы: левое – 2 см, правое – 1,5 см, верхнее – 2 см, нижнее – 2 см.
- все страницы должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами в верхнем правом углу.

### **3.1. Задания для самостоятельной работы по каждой теме (разделу) учебно-тематического плана**

При работе с учебной литературой необходимо выполнить следующие задания ответить на вопросы по каждой теме учебного плана дисциплины:

#### **Самостоятельная работа к теме 1. PR-технологии работы со СМИ**

##### Задания к теме

1. Разработайте план и структуру пресс-конференции.
2. Придумайте тему и план экскурсии для журналистов по социально-значимому объекту.
3. Продумайте тему конференции в области социальной работы, названия секций (не менее трех) и перечень вопросов, которые будут обсуждаться (не менее 5-и на каждую секцию).

4. Разработайте концепцию корпоративного издания для учреждения социального обслуживания населения.

### **Самостоятельная работа к теме 2. PR-технологии в сети Интернет**

#### Задания к теме

1. Осуществите сравнительный анализ не менее 2-х сайтов учреждений-поставщиков социальных услуг. Предложите как можно совершенствовать подачу материала на сайтах.

2. Сравните между собой 2-3 бесплатных конструктора сайтов. Выберите самый лучший, с Вашей точки зрения для учреждения - поставщика социальных услуг. Докажите Вашу точку зрения.

3. Осуществите сравнительный анализ не менее 2-х сообществ созданных поставщиками социальных услуг. Предложите как можно улучшить работу каждого из проанализированных сообществ.

4. Придумайте не менее 10-и идей для флеш-мобов социальных организаций в сети Интернет.

### **Самостоятельная работа к теме 3. PR-акции событийного характера и PR мероприятия**

#### Задания к теме

1. Создайте классификацию специальных событий и мероприятий, организация которых относится к сфере связей с общественностью.

2. Придумайте PR-акцию для учреждения - поставщика социальных услуг.

3. Разработайте символику для учреждения-поставщика социальных услуг, которую можно использовать во время PR-акций событийного характера и PR мероприятий.

4. Напишите сценарий любого PR-мероприятия социальной направленности.

### **Самостоятельная работа к теме 4. Социальная реклама как технология**

#### Задания к теме

1. Проанализируйте любой готовый рекламный материал социальной направленности.

2. Определите цели и задачи рекламной компании, которую может осуществлять поставщик социальных услуг.

3. Напишите сценарий социального рекламного ролика.

4. Придумайте способы оценки результативности рекламной компании.

### **3.2. Критерии оценки результатов выполнения самостоятельной работы**

Оценка самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Положением об аттестации учебной работы студентов института в рамках балльно-рейтинговой системы оценки учебной работы студентов.

Баллы БРС присваиваются следующим образом:

- 30 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы достойны отличной оценки;
- 25 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы в среднем достойны хорошей оценки;
- 20 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы в среднем достойны удовлетворительной оценки;
- 10 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в не полном объеме (не менее 75% заданий), все работы в среднем достойны оценки не ниже хорошей;
- 0 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы в среднем достойны неудовлетворительной оценки.

## **РАЗДЕЛ 4. Фонд оценочных средств**

### **4.1. Материалы, обеспечивающие методическое сопровождение оценки качества знаний по дисциплине на различных этапах ее освоения**

К основным формам контроля, определяющим процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Практикум «PR-технологии в социальной работе» относится рубежный контроль в виде контрольной работы, промежуточная аттестация в форме зачета по дисциплине.

Критериями и показателями оценивания компетенций на различных этапах формирования компетенций являются:

- знание терминов, понятий, принципов педагогики и социальной работы;
- знание терминов, понятий, категорий, концепций и теорий по дисциплине;
- понимание связей между теорией и практикой;
- сформированность аналитических способностей в процессе изучения дисциплины;
- знание специальной литературы по дисциплине.

### **Шкала оценивания<sup>3</sup>**

Результаты успешной сдачи зачетов аттестуются оценкой «**зачтено**», неудовлетворительные результаты оценкой «не зачтено».

«Зачтено» выставляется в случае, если обучающийся продемонстрировал достаточный уровень владения понятийным аппаратом и знанием теории и закономерности учебной

---

<sup>3</sup> Критерии оценивания могут уточняться и дополняться в соответствии со спецификой дисциплины, установленных форм контроля, применяемых технологий обучения и оценивания

дисциплины, решения профессионально-ориентированных задач и междисциплинарных ситуаций.

«Не зачтено» выставляется в случае если обучающийся не продемонстрировал необходимый минимум теоретических знаний и понятийного аппарата, умений решать практические задачи.

Шкала перевода оценки из пятибалльной системы в систему «зачтено»/«не зачтено»:

отлично, хорошо, удовлетворительно (5-3 балла)	«зачтено»
неудовлетворительно (2 балла)	«не зачтено»

### **ОТЛИЧНО (5 баллов)**

Обучающийся показывает высокий уровень знаний принципов и методов планирования работы с персоналом по обучению их способам использования PR-технологий в социальной работе, PR-технологии работы со СМИ, PR-технологий, которые используются в сети Интернет, особенностей использования социальной рекламы для привлечения ресурсов организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан. Эффективно применяет различные методы контроля работы персонала, реализующего PR-технологии в социальной работе, способы организации PR-акций событийного характера и PR мероприятий, осуществлять подготовку PR-акций событийного характера и PR мероприятий, свободно анализирует социальную рекламу. Способен самостоятельно организовать работу с персоналом, реализующим PR-технологии в социальной работе, провести PR-акций событийного характера и PR мероприятия на базе учреждения социального обслуживания населения.

Аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры, обнаруживает аналитический подход в освещении различных концепций, делает содержательные выводы, демонстрирует знание специальной литературы в рамках учебной программы и дополнительных источников информации. На вопросы отвечает четко, логично, уверенно, по существу. Способен принимать быстрые и нестандартные решения.

Многоплановое (комплексное) решение профессионально-ориентированной задачи (кейса)

### **ХОРОШО (4 балла)**

Обучающийся показывает достаточный уровень знаний принципов и методов планирования работы с персоналом по обучению их способам использования PR-технологий в социальной работе, PR-технологии работы со СМИ, PR-технологий, которые используются в сети Интернет, особенностей использования социальной рекламы для привлечения ресурсов организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан. Адекватно применяет различные методы контроля работы персонала, реализующего PR-технологии в социальной работе, способы организации PR-акций событийного характера и PR мероприятий, осуществлять подготовку PR-акций событийного характера и PR мероприятий, в целом грамотно анализирует социальную рекламу. Грамотно организует работу с персоналом, реализующим PR-технологии в социальной работе, навыками проведения PR-акций событийного характера и PR мероприятий на базе учреждения социального обслуживания населения.

При ответе допускает незначительные ошибки, неточности по критериям, которые не искажают сути ответа. В целом содержательно отвечает на дополнительные вопросы. При этом примеры, иллюстрирующие теоретическую часть ответа, приводит не вполне развернуто и обоснованно.

Решение профессионально-ориентированной задачи (кейса) с незначительными ошибками и неточностями.

### **УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (3 балла)**

Обучающийся показывает поверхностное знание принципов и методов планирования работы с персоналом по обучению их способам использования PR-технологий в социальной работе, PR-технологии работы со СМИ, PR-технологий, которые используются в сети Интернет, особенностей использования социальной рекламы для привлечения ресурсов организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан. Малоэффективно применяет методы контроля работы персонала, реализующего PR-технологии в социальной работе, способы организации PR-акций событийного характера и PR мероприятий, затрудняется осуществлять подготовку PR-акций событийного характера и PR мероприятий, слабо анализирует социальную рекламу. Не в полной мере владеет навыками организации работы с персоналом, реализующим PR-технологии в социальной работе, навыками проведения PR-акций событийного характера и PR мероприятий на базе учреждения социального обслуживания населения.

Продемонстрированные базовые знания частичные, отрывочные, бессистемные, теоретические и практические аспекты проблемы не связаны. В основном не может ответить на дополнительные вопросы и привести адекватные примеры

Решение профессионально-ориентированной задачи (кейса) содержит существенные ошибки и неточности.

### **НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (2 балла)**

Обучающийся не знает принципов и методов планирования работы с персоналом по обучению их способам использования PR-технологий в социальной работе, PR-технологии работы со СМИ, PR-технологий, которые используются в сети Интернет, особенностей использования социальной рекламы для привлечения ресурсов организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан. Не умеет применять различные методы контроля работы персонала, реализующего PR-технологии в социальной работе, способы организации PR-акций событийного характера и PR мероприятий, осуществлять подготовку PR-акций событийного характера и PR мероприятий, анализировать социальную рекламу. Не владеет навыками организации работы с персоналом, реализующим PR-технологии в социальной работе, навыками проведения PR-акций событийного характера и PR мероприятий на базе учреждения социального обслуживания населения.

Ответ содержит ряд серьезных ошибок, выводы поверхностны или неверны. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на дополнительные вопросы или затрудняется с ответом.

Профессионально-ориентированная задача (кейс) не решена или содержит грубые ошибки.

## **4.2. Формирование компетенций в процессе освоения дисциплины**

Номер темы	Название темы	Номер темы
Тема 1.	PR-технологии работы со СМИ	ПК-3, ПК-4
Тема 2.	PR-технологии в сети Интернет	ПК-3, ПК-4
Тема 3.	PR-акции событийного характера и PR мероприятия	ПК-3, ПК-4
Тема 4.	Социальная реклама как технология	ПК-3, ПК-4

#### **4.3. Описание форм аттестации текущего контроля успеваемости (рубежного контроля) и итогового контроля знаний по дисциплине (промежуточная аттестация по дисциплине)**

Основными документом регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся, обучающихся в СПбГИПСР, являются: Устав СПбГИПСР, Положение об аттестации учебной работы обучающихся института.

**Рубежный контроль.** Порядок проведения рубежного контроля регулируется Положением об аттестации учебной работы обучающихся института. Проводится в форме контрольной работы.

Примеры заданий рубежного контроля:

1. Расскажите о системе информирования, как основа работы со СМИ.
2. Раскройте содержание событийной и проблемной пресс-конференций. Чем они отличаются?
3. Опишите каким образом происходит техническая и содержательная подготовка пресс-конференций.
4. Напишите план и структуру пресс-конференции.
5. Приведите несколько примеров поводов для сбора пресс-конференции социальной
6. Опишите формы брифинга.
7. Сайт-визитка и корпоративный сайт, их эффективность.
8. Брендинг и PR в социальных сетях, их особенности.
9. Придумайте несколько идей для флеш-мобов в поддержку любой категории получателей социальных услуг на Ваш выбор.
10. В чем на Ваш взгляд отличия PR-акции и PR-события.
11. Придумайте несколько идей для социальной рекламы.
12. Опишите этапы создания социальной рекламы.

**Промежуточная аттестация** по дисциплине является итоговой проверкой знаний и компетенций, полученных обучающимся в ходе изучения дисциплины. Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета. Промежуточная аттестация проводится в

соответствии с требованиями Положения об аттестации учебной работы обучающихся института.

#### **4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины**

##### **Примерные вопросы к зачёту:**

1. Система информирования, как основа работы со СМИ.
2. Создание благоприятного информационного фона для организации.
3. Мероприятия, организуемые для журналистов.
4. Пресс-конференция - событийная и проблемная.
5. Техническая и содержательная подготовка пресс-конференций.
6. План и структура пресс-конференции.
7. Брифинг (отчет).
8. Пресс-туры и экскурсии для журналистов.
9. Семинары, конференции, круглые столы с присутствием прессы.
10. Подготовка и выпуск корпоративных СМИ.
11. Обеспечение присутствия организации в Интернете.
12. Создание и поддержка веб-сайта.
13. Брендинг и PR в социальных сетях, их особенности. .
14. Создание социальных флеш-мобов в сети Интернет.
15. Цель событийного PR и его формы.
16. Специальные мероприятия, их организация.
17. Социальная реклама как PR-технология.
18. Этапы создания социальной рекламы.
19. Измерение и оценка результативности социальной рекламы.
20. Проблемы развития технологии социальной рекламы в российском обществе.

##### **Пример типового задания в форме теста для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

**Тест 1.** Выберите правильный вариант ответа.

**К характеристике массовой коммуникации можно отнести:**

1. опосредованный характер
2. непосредственный характер
3. совпадение по времени

**Тест 2.** Выберите правильный вариант ответа.

**Оптимальная продолжительность доклада на конференции составляет:**

1. не более 10 минут
2. 2-3 минуты
3. **20 минут**

**Тест 3.** Выберите правильный вариант ответа.

**Фандрайзинговая деятельность:**

1. **сбор ресурсов на решение социально значимой проблемы**
2. участие в работе фондовой биржи
3. пожертвование средств на благотворительные цели

**Пример типового практико-ориентированного задания**

**Типовое задание 1. Создайте и презентуйте пресс-релиз под конкретные цели учреждения социальной сферы на Ваш выбор:**

1. Выберите учреждение социальной сферы.
2. Определите текущие цели данного учреждения, связанные с освещением деятельности учреждения.
3. Создайте и презентуйте пресс-релиз данного учреждения.

**Типовое задание 2. Проанализируйте основные направления PR-деятельности организации социальной сферы на Ваш выбор:**

1. Выберите учреждение социальной сферы.
2. Проанализируйте существующую в нем PR-деятельность
3. Определите направления, в которых эта деятельность осуществляется.

## **РАЗДЕЛ 5. Глоссарий**

**АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ [НЕДЕЛЬНАЯ (1+) АУДИТОРИЯ] ИНТЕРНЕТА** - те, кто регулярно посещает Интернет и проводит там не менее одного часа в неделю

**АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ** - измерение степени воздействия рекламы на потребителя до или после проведения рекламной кампании.

**АУДИТОРИЯ** - количество слушателей/читателей/зрителей рассматриваемого носителя рекламы.

**БУКЛЕТ** - рекламный проспект, который печатается на одном листе, а затем складывается. Как правило, раздается бесплатно на выставках или в офисе рекламодателя, а также рассылается.

**ВЕБ-САЙТ** (от англ. website: web – «паутина», «сеть» и site – «место, сегмент, часть в сети»), или просто сайт, – в компьютерной сети объединённая под одним адресом (доменным именем или IP-адресом) совокупность электронных документов (файлов) частного лица или

организации. По умолчанию подразумевается, что сайт располагается в сети Интернет. Все веб-сайты в совокупности составляют Всемирную паутину, где коммуникация (паутина) объединяет сегменты информации мирового сообщества в единое целое – базу данных и коммуникации планетарного масштаба. Для прямого доступа клиентов к веб-сайтам на серверах был специально разработан протокол НТТР.

**ИНТЕРНЕТ** – среда PR-коммуникаций и средство массовой коммуникации, обладающие высоким потенциалом для проведения мероприятий по связям с общественностью.

**КОММУНИКАТИВНОЕ ОКРУЖЕНИЕ АУДИТОРИИ ИНТЕРНЕТА** - состоит из населения, которое само не посещает Интернет, но имеет друзей среди тех, кто регулярно посещает Интернет. Оценки коммуникативного окружения аудитории интернета дают возможность представить масштабы влияния аудитории Рунета на прочее население страны через дружеские связи.

**КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ** - общее представление, включающее рекламную идею, рекламную аргументацию, особенности рекламных сообщений, обоснование выбора средств распространения рекламы, тип и логику рекламной кампании с учетом маркетинговых задач рекламодателя.

**КОРПОРАТИВНЫЕ PR-МЕРОПРИЯТИЯ** – группа внутрифирменных мероприятий, которые ориентируются на сотрудников компании.

**ЛОГОТИП** - оригинальное начертание наименования рекламодателя, используемое как символ организации.

**ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ** (Public Relations или PR) - коммуникативная активность, (включая косвенную рекламу), направленная на формирование гармоничных отношений с обществом, обычно используемая как дополнение к рекламе, осуществляемая с целью информирования общественности об учреждении, его услугах, завоевания доверия и формирования благоприятного имиджа.

**ПАБЛИСИТИ** - популяризация, создание известности. Действия, направленные на привлечение внимания.

**ПЕРИОДИКА** - издания, выходящие с определенной периодичностью: газеты, журналы и т.п.

**ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ** – официальная встреча журналистов с представителями организаций, государственных учреждений и других структур, инициирующих их проведение.

**ПРЕСС-РЕЛИЗ** - средство публик рилейшнз, информационный бюллетень, предназначенный для газет, журналов, радио и телередакций, из которых они могут получить интересующую их информацию. Особенностью является бесплатная публикация ввиду новостного характера сообщения.

**ПРЕСС-РИЛЕЙШИНЗ** (Press-Relations) - установление и поддержание контактов с прессой для обеспечения редакционного освещения деятельности учреждения, представления его услуг.

**РЕКЛАМА** – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

**СПЕЦИАЛЬНЫЕ PR-МЕРОПРИЯТИЯ** – мероприятия, которые проводятся компанией в условиях отсутствия интересных новостей для публикации в средствах массовой информации.

**СРЕДСТВО МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ** – периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации.

**ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ** - единство постоянных художественных и текстовых элементов во всех рекламных разработках и средствах рекламы учреждения.

**PR-АГЕНТСТВО** – сторонняя организация, оказывающая услуги в сфере публичных отношений другим компаниям на коммерческой основе.

**PR-КАМПАНИЯ** – совокупность стратегий и приемов, призванных получить расположение целевой аудитории и сформировать общественное мнение в пользу товара, услуги, компании или иного объекта.

**РАЗДЕЛ 6. Информационное обеспечение дисциплины****6.1. Перечень рекомендуемой литературы, необходимой для освоения дисциплины**

№	Наименование издания	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4
<b>Основная литература</b>					
1	Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/469810">https://urait.ru/bcode/469810</a>	+	+	+	+
2	Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/473382">https://urait.ru/bcode/473382</a>	+	+	+	+
<b>Дополнительная литература</b>					
1	Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/476668">https://urait.ru/bcode/476668</a>	+	+	+	+
2	Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/476773">https://urait.ru/bcode/476773</a>	+	+	+	+
3	Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/472261">https://urait.ru/bcode/472261</a>	+	+	+	+
4	Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/479369">https://urait.ru/bcode/479369</a>	+	+	+	+

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», используемых при освоении дисциплины

1. Портал «Социальная работа» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://soc-work.ru/>
2. Социальная работа [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://socrabotniki.ru/>

## 6.3. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для изучения дисциплины

В рамках дисциплины используется следующее лицензионное программное обеспечение (MS OFFICE – Word, Excel, PowerPoint) и обучающие платформы (1-С: Электронное обучение. Корпоративный университет, MS Teams).

В учебном процессе используются следующие информационные базы данных и справочные системы:

Гарант-Образование: информационно-правовое обеспечение: [сайт]. – Москва. – Обновляется в течение суток. – URL: <http://study.garant.ru/> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Электронная библиотека СПбГИПСР // Библиотека СПбГИПСР: [сайт]. – Санкт-Петербург, [2014] – URL: [http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com\\_irbis&view=irbis&Itemid=456](http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=456) (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Электронный каталог // Библиотека СПбГИПСР: [сайт]. – Санкт-Петербург, [2014] – URL: [http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com\\_irbis&view=irbis&Itemid=435](http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=435) (дата обращения: 28.04.2021).

ЮРАЙТ: образовательная платформа: [сайт]. – Москва, 2013 – URL: <https://urait.ru/> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

East View: information services: [сайт]. – [Москва], [1989] – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

ibooks.ru: электронно-библиотечная система: [сайт]. – Санкт-Петербург, 2010 – URL: <https://ibooks.ru> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

### Зарубежные ресурсы:

ScienceDirect: [сайт] / Elsevier. – [Амстердам], [1997] – URL: <https://www.sciencedirect.com/> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

SpringerLink: [сайт] / Springer Nature. – [Гейдельберг], [2015] – URL: <https://link.springer.com/> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Заведующая библиотекой

\_\_\_\_\_ Г.Л. Горохова

(подпись, расшифровка)