

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,

кандидат педагогических наук,

доцент кафедры теории и технологии

социальной работы

А.А. Семенов

«20» апреля 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

основной профессиональной образовательной программы

«Социальная работа в системе социального обслуживания населения»

по направлению подготовки 39.03.02 Социальная работа

Разработчик: канд. культурологии, доцент Мишина Ирина Васильевна

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 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

**Цель изучения дисциплины:** освоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области связей с общественностью и их реализация в социальной сфере.

**Задачи дисциплины:**

1. Освоение обучающимися актуальных подходов и технологий проведения мероприятий по связям с общественностью для информационного позиционирования и продвижения учреждений социальной сферы и социальных услуг.
2. Характеристика принципов и технологий развития эффективной информационной среды учреждений и организаций социальной сферы.
3. Обеспечение готовности обучающихся к участию в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по связям с общественностью в соответствии с целями и задачами организаций социальной сферы на основе результатов исследований.

**Содержание дисциплины:**

Связи с общественностью как направление информационной деятельности в социальной сфере.

Организация и проведение PR-кампаний.

Средства и технологии связей с общественностью.

Имиджмейкинг: связи с общественностью как средство формирования и продвижения имиджа.

Связи с общественностью как средство формирования корпоративной культуры учреждений социальной сферы.

Управление кризисными ситуациями: антикризисный PR.

### 1.2. Цель и задачи обучения по дисциплине

**Цель<sup>1</sup>:** освоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области связей с общественностью и их реализация в социальной сфере.

**Задачи<sup>2</sup>:**

1. Освоение обучающимися актуальных подходов и технологий проведения мероприятий по связям с общественностью для информационного позиционирования и продвижения учреждений социальной сферы и социальных услуг.
2. Характеристика принципов и технологий развития эффективной информационной среды учреждений и организаций социальной сферы.
3. Обеспечение готовности обучающихся к участию в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по связям с общественностью в соответствии с целями и задачами организаций социальной сферы на основе результатов исследований.

---

<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.

### 1.3. Язык обучения

Язык обучения – русский.

### 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								Контроль
	в зач.ед.	в астрон. часах	в ака дем. часах	Объем самостоятельной работы	Всего	Виды учебных занятий			Практическая подготовка	Контроль самостоятельной работы	Консультация к промежуточной аттестации (зачет)	
						Всего учебных занятий	Занятия лекционного типа	Практические занятия				
Очная	2	54	72	38	34	32	12	20		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, наименование и содержание индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-5. Способен к подготовке и организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан	ИПК -5.1.Использует знания технологий по привлечению ресурсов различных организаций, объединений и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан. ИПК -5.2. Применяет различные методы организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, объединений, частных лиц к реализации социального обслуживания граждан. ИПК 5.3. Осуществляет	<b>на уровне знаний:</b> Знает технологии и методы организации и проведения мероприятий и программ по связям с общественностью в учреждениях социальной сферы. <b>на уровне умений:</b> Умеет применять эффективные технологии и методы организации и проведения мероприятий и программ по связям с общественностью в учреждениях социальной сферы.

	<p>подготовку мероприятий по привлечению ресурсов организаций, объединений, частных лиц к реализации социального обслуживания граждан.</p>	<p><b>на уровне навыков:</b></p> <p>Владеет навыками подготовки и проведения мероприятий и программ по связям с общественностью в учреждениях социальной сферы.</p>
<p>ПК-6. Способен к осуществлению прогнозирования, проектирования и моделирования процессов, направленных на улучшение условий жизнедеятельности граждан</p>	<p>ИПК -6.1. Использует знания технологий прогнозирования, проектирования и моделирования процессов в сфере социальной защиты населения.</p> <p>ИПК -6.2. Моделирует проекты, направленные на обеспечение социального благополучия и социальной защиты граждан.</p> <p>ИПК -6.3. Разрабатывает социальные проекты и программы, направленные на улучшение условий жизнедеятельности граждан.</p>	<p><b>на уровне знаний:</b></p> <p>Знает технологии прогнозирования, проектирования и моделирования процессов в сфере социальной защиты населения; технологии разработки и реализации проектов социальной рекламы, социальные и психологические основы работы с информацией; принципы деятельности организаций социальной направленности и взаимодействия с ними.</p> <p><b>на уровне умений:</b></p> <p>Умеет разрабатывать проекты, направленные на обеспечение социального благополучия и социальной защиты граждан; готовить информационные сообщения для СМИ и интернет ресурсов организаций социального обслуживания; взаимодействовать со СМИ для привлечения внимания общественности к социальным проблемам; взаимодействовать с организациями различных сфер деятельности и форм собственности, общественными объединениями и частными лицами, в том числе, с целью привлечения ресурсов для социального обслуживания граждан.</p> <p><b>на уровне навыков:</b></p> <p>Владеет навыками разработки социальных проектов и программ, направленных на улучшение условий жизнедеятельности граждан; разработки и реализации и программ и мероприятий по связям с общественностью, нацеленных на информационное позиционирование и продвижение деятельности организаций социальной сферы и предоставляемых социальных услуг.</p>

## РАЗДЕЛ 2. Структура и содержание дисциплины

## 2.1. Учебно-тематический план дисциплины

### Очная форма обучения

Номер темы	Название темы	Объем дисциплины (модуля), час.				Форма текущего контроля и промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР
			Л	ПЗ	ПрП*		
Тема 1	Связи с общественностью как направление информационной деятельности в социальной сфере.	12	2	3		7	
Тема 2	Организация и проведение PR-кампаний.	8	2	3		3	
Тема 3	Средства и технологии связей с общественностью.	12	2	3		7	
Тема 4	Имиджмейкинг: связи с общественностью как средство формирования и продвижения имиджа.	13	2	4		7	
Тема 5	Связи с общественностью как средство формирования корпоративной культуры учреждений социальной сферы.	13	2	4		7	
Тема 6	Управление кризисными ситуациями: антикризисный PR.	12	2	3		7	
	<b>Контроль самостоятельной работы</b>	<b>2</b>					
	<b>Консультация</b>						<b>Зачет</b>
	<b>Контроль</b>						
	<b>ВСЕГО в академических часах</b>	<b>72</b>	<b>12</b>	<b>20</b>		<b>38</b>	

### Заочная форма обучения

Номер	Название темы	Объем дисциплины (модуля), час.	Форма текущего
-------	---------------	---------------------------------	----------------

темы		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			СР	контроля и промежуточной аттестации
			Л	ПЗ	ПрП*		
Тема 1	Связи с общественностью как направление информационной деятельности в социальной сфере.	12	1	1		10	
Тема 2	Организация и проведение PR-кампаний.	12	1	1		10	
Тема 3	Средства и технологии связей с общественностью.	13	-	1		12	
Тема 4	Имиджмейкинг: связи с общественностью как средство формирования и продвижения имиджа.	11	-	1		10	
Тема 5	Связи с общественностью как средство формирования корпоративной культуры учреждений социальной сферы.	11	-	1		10	
Тема 6	Управление кризисными ситуациями: антикризисный PR.	11	-	1		10	
	<b>Контроль самостоятельной работы</b>	<b>2</b>					
	<b>Консультация</b>						<b>Зачет</b>
	<b>Контроль</b>						
	<b>ВСЕГО в академических часах</b>	<b>72</b>	<b>2</b>	<b>6</b>		<b>62</b>	

Используемые термины:

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 – практическая подготовка (работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации практической подготовки для решения практико-ориентированных заданий; часы входят в общий объем практических занятий). При наличии ПрП прописываются формы текущего контроля ПрП, а в п.2.5 дополнительно прилагаются методические материалы и типовые задания.

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

Форма текущего контроля и промежуточной аттестации – формы текущего контроля указываются разработчиком для каждой темы, промежуточная аттестация – из учебного плана.

КСР - контроль самостоятельной работы - входит в общую контактную работу с преподавателем.

Консультация – проводится перед промежуточной аттестацией в форме экзамена.

Контроль – часы, выделяемые на подготовку обучающегося к промежуточной аттестации в форме экзамена.

### **Образовательные технологии**

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

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

### **Тема 1. Связи с общественностью как направление информационной деятельности.**

Предмет и задачи курса. Экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса связей с общественностью. Основные профессиональные термины и понятия в сфере связей с общественностью. Принципы классификации и основные направления услуг в области связей с общественностью.

### **Тема 2. Организация и проведение PR-кампаний.**

Виды PR-кампаний в деятельности учреждений социальной сферы. Принципы классификации PR-кампаний по масштабам и географическому признаку, по целям, характеру и продолжительности. Основные этапы разработки и реализации PR-кампании. Исследование проблемы и формулировка основных целей и задач. Правила и принципы разработки стратегии и тактики PR-кампании. Главная тема и главный лозунг PR-кампании. Целевые аудитории и целевые СМИ. Принципы подбора СМИ. Информационное спонсорство. Базы данных, их источники и способы формирования. Бюджет PR-кампании. Тактика разработки комплексных и взаимосвязанных мероприятий и акций. Требования, предъявляемые к медиа-плану, и способы его оптимизации. Практическая реализация PR-кампании. Оценка эффективности PR-кампаний. Система внесения корректив и поправок. Основные требования к отчетов по итогам PR-кампании.

### **Тема 3. Средства и технологии связей с общественностью.**

Привлечение внимания общественности к деятельности организации. Основные виды PR-документации. Формы взаимодействия со СМИ. Цели и задачи специального события. Типология специальных событий. Организация церемоний открытия, приемов, презентаций, конференций, дней открытых дверей, круглых столов, с выставок. Освещение специальных событий в СМИ. Благотворительность и спонсорство как средства связей с общественностью.

### **Тема 4. Имиджмейкинг: связи с общественностью как средство формирования и продвижения имиджа.**

Имиджелогия как наука. Содержание понятия «имидж». Типология имиджа. Структура личностного имиджа. Структура имиджа организации. Имидж товара, услуги, потребителя. Корпоративный имидж. Имидж как система. Имидж и репутация. Публицитный капитал как компонент имиджа. Инструментарий имиджелогии. Основные средства позиционирования имиджа.

### **Тема 5. Связи с общественностью как средство формирования корпоративной культуры: внутрифирменный PR.**

Корпоративная культура: содержание понятия. Функции корпоративной культуры. Структура корпоративной культуры. Основные формы проявления корпоративной культуры. Связи с общественностью как средство формирования и развития корпоративной культуры.

### **Тема 6. Управление кризисными ситуациями: антикризисный PR.**

Информационные причины кризисных ситуаций. Управление кризисом как направление информационной деятельности. Принципы информационной деятельности в кризисной ситуации. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса. Комплексные циклы действий в кризисной ситуации. Информационные войны: содержание понятия, основные технологии.

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

### **Семинарское занятие № 1.**

**Тема: Связи с общественностью как направление информационной деятельности.**

**Цель:** Дефиниция базовых понятий и терминов, определение функций связей с общественностью, обоснование актуальности связей с общественностью в деятельности учреждений социальной сферы.

**Понятийный аппарат:** связи с общественностью, информационная деятельность, паблицитный капитал.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Содержание понятия «связи с общественностью».
2. Связи с общественностью в социально-экономической сфере.
3. Связи с общественностью в социокультурной сфере.
4. Функции связей с общественностью в деятельности учреждений социальной сферы.

### **Семинарское занятие № 2.**

**Тема: Организация и проведение PR-кампаний.**

**Цель:** Определение целей и задач PR-кампаний, характеристика основных этапов их планирования и реализации.

**Понятийный аппарат:** интегрированные коммуникации, ситуационный анализ, информационный повод, оценка эффективности.

**Вопросы для обсуждения:**

- 1.Разработка информационного повода в организации PR-акций.
2. Разработка программы презентации деятельности организации.
3. Определение технологий разработки PR-обращений.

### **Семинарское занятие № 3.**

**Тема: Средства и технологии связей с общественностью.**

**Цель:** Характеристика основных технологий связей с общественностью, методики их применения, рассмотрение типологии PR-документации организации, форм взаимодействия со СМИ.

**Понятийный аппарат:** пресс-релиз, пресс-кит, пресс-конференция, паблисити, корпоративное издание.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Типология целевой аудитории связей с общественностью.
2. Принципы составления психологического и социокультурного портрета целевой аудитории.
3. Разработка информационных документов.
4. Методика организации специальных событий

**Семинарское занятие № 4.**

**Тема: Средства и технологии связей с общественностью.**

**Цель:** Характеристика основных технологий связей с общественностью, методики планирования и организации специальных событий.

**Понятийный аппарат:** корпоративное мероприятие, специальное событие, презентация.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Типология специальных событий в сфере связей с общественностью.
2. Основные принципы подготовки и реализации презентационных мероприятий.
3. Социокультурные программы в системе связей с общественностью.

**Семинарское занятие № 5.**

**Тема: Имиджмейкинг: связи с общественностью как средство формирования и продвижения корпоративного имиджа.**

**Цель:** Определение элементов системы корпоративного имиджа, выявление эффективных методов их разработки и продвижение.

**Понятийный аппарат:** имидж, имиджмейкинг, репутация, корпоративный имидж, имидж руководителя, имидж клиента, имидж сотрудника, имидж услуги.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Имидж: содержание понятия.
2. Имидж организации как система.
3. Структура имиджа организации.
4. Цели, задачи, технологии корпоративного имиджмейкинга.

**Семинарское занятие № 6.**

**Тема: Имиджмейкинг: связи с общественностью как средство формирования и продвижения личного имиджа.**

**Цель:** Определение элементов системы личного имиджа, выявление эффективных методов их разработки и продвижение.

**Понятийный аппарат:** социальный имидж, визуальный имидж, предметный имидж, профессиональный имидж.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Имидж личности как система.
2. Структура имиджа личности.
3. Основные средства формирования личного имиджа.
4. Имидж социального работника.

**Семинарское занятие № 7.**

**Тема: Связи с общественностью как средство формирования и развития корпоративной культуры: внутрифирменный PR.**

**Цель:** Определение элементов системы корпоративной культуры, характеристика базовых функций корпоративной культуры, выявление эффективных методов её развития.

**Понятийный аппарат:** корпоративная культура, мотивация, миссия, информационная среда, коммуникативная культура, уровни коммуникации.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Корпоративная культура: содержание понятия.
2. Функции корпоративной культуры.
3. Информационная культура организации.
4. Коммуникативная культура организации.

**Семинарское занятие № 8.**

**Тема: Связи с общественностью как средство формирования и развития корпоративной культуры: внутрифирменный PR.**

**Цель:** Определение элементов системы корпоративной культуры, характеристика нормативно-правовой, этической культуры организации, выявление основных компонентов фирменного стиля.

**Понятийный аппарат:** корпоративная культура, информационная среда, фирменный стиль, мотивация, уровни коммуникации.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Нормативно-правовая культура организации.
2. Этическая культура организации.
3. Фирменный стиль: основные компоненты.
4. Мониторинг корпоративной культуры.

**Семинарское занятие № 9.**

**Тема: Управление кризисными ситуациями: антикризисный PR.**

**Цель:** Выявление значения информационной деятельности в предупреждении и разрешении кризисных ситуаций.

**Понятийный аппарат:** конфликт, кризис, информационный фактор, информационная война, информационная подготовка управленческих решений.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Принципы информационной политики в условиях конфликтных и кризисных ситуаций.
2. PR-деятельность как средство разрешения внутрикорпоративных конфликтов.
3. PR-деятельность как средство разрешения конфликтов между организацией и внешней средой.
4. PR-деятельность как средство разрешения социальных и социокультурных конфликтов.

**Семинарское занятие № 10.**

**Тема: Управление кризисными ситуациями: антикризисный PR.**

**Цель:** Характеристика основных этапов информационной подготовки и реализации управленческих решений.

**Понятийный аппарат:** информационная подготовка управленческих решений, информационная модель.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Структура информационной модели кризисной ситуации.
2. Методы информационного моделирования кризисной ситуации.

3. Принципы и методы информационной политики в условиях кризиса.

#### **2.4. Описание занятий в интерактивных формах**

**Интерактивное занятие к теме 4 «Имиджмейкинг: связи с общественностью как средство формирования и продвижения имиджа», объем 2 академических часа.**

В качестве интерактивной формы проведения занятия используется презентация: студентам необходимо представить результаты аналитического рассмотрения имиджа личности и организации.

Задание:

1. Анализ личностного имиджа, характеристика и оценка средств его формирования и продвижения.
2. Анализ корпоративного имиджа, характеристика и оценка средств его формирования и продвижения.

**Интерактивное занятие к теме 5 «Связи с общественностью как средство формирования и развития корпоративной культуры: внутрифирменный PR», объем 2 академических часа.**

В качестве интерактивной формы проведения занятия используется ситуационный анализ, целью которого является характеристика и оценка уровня развития корпоративной культуры учреждения социальной, социокультурной сферы.

Задание:

1. Характеристика основных компонентов корпоративной культуры организации.
2. Оценка уровня развития основных компонентов корпоративной культуры организации.
3. Разработка рекомендаций по развитию корпоративной культуры организации посредством связей с общественностью.

**Интерактивное занятие к теме 6 «Управление кризисными ситуациями: антикризисный PR», объем 2 академических часа.**

В качестве интерактивной формы проведения занятия используется дискуссия в форме круглого стола. Подробная характеристика и анализ средств связей с общественностью в ходе возникновения и разрешения конкретных кризисных ситуаций и конфликтов.

Задание выполняется на примере конкретной кризисной ситуации по выбору студента:

- внутренние конфликты в деятельности организации;

- конфликты между организацией и внешней средой (аудиторией, клиентами, потребителями услуг, конкурентами и др.);

- межгрупповые социальные конфликты (экономические, политические, этнические, военные и др.).

Требуется соблюдение следующего плана:

- информационные причины возникновения конфликтов и кризисных ситуаций;

- PR-технологии и мероприятия по связям с общественностью как средство разрешения конфликтов и кризисных ситуаций

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

По теме «Средства и технологии связей с общественностью» – мастер-класс телеведущей «5 канала» И.С. Карпушиной.

По теме «Имиджмейкинг: связи с общественностью как средство формирования и продвижения имиджа» – мастер-класс ведущего программ «Радио России-Санкт-Петербург» С.Н. Молянова.

## **2.6. 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).

### **1.6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Теоретико-методологической основой данного курса выступают современные исследования в области теории информации, интегрированных маркетинговых коммуникаций, медиапсихологии, социологии массовых коммуникаций.

В ходе преподавания дисциплины подчеркивается, что связи с общественностью как сложное социокультурное явление гармонично сочетают в себе результаты применения знаний и опыта многих научных областей, таких, как экономика, социология, психология, культурология, политология. Теоретические и практические аспекты связей с общественностью интегрированы в систему фундаментальных знаний и составляют контент прикладных исследований и разработок, которые лежат в основе информационной деятельности, сопровождающей проекты, создаваемые в социальной сфере.

Таким образом, изучение курса позволит получить базовые теоретические знания в перспективной отрасли информационно-коммуникативной деятельности, изучить её теорию и практику, методологию её организации и планирования, проанализировать основные механизмы, формы, средства, приёмы и способы информационного воздействия, освоить методику информационного сопровождения социальных проектов.

Наиболее значимыми вопросами изучения данной программы являются: структура коммуникации в связях с общественностью, информационное сопровождение социальной работы, паблицитный капитал учреждений социальной сферы, внутрикорпоративные связи с общественностью, профессиональный имидж социального работника, связи с общественностью в разрешении конфликтных и кризисных ситуаций.

Основными принципами изучения данной дисциплины являются:

- проблемный подход;
- прикладная направленность обучения;
- интерактивность;
- стимулирование креативности;
- моделирование проблемных ситуаций;
- принцип диалога.

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.

## **2.8. 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.

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

### **3.1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся – способ активного, целенаправленного приобретения студентом 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 студентов института (<http://www.psysocwork.ru/524/>).

Самостоятельная работа обучающихся в рамках данной дисциплины является важным компонентом обучения, приобретения культурных, личностных и профессиональных компетенций, предусмотренных компетентностно-ориентированным учебным планом и рабочей программой учебной дисциплины. Особое значение имеет обучение современным методам самообразования, дающим толчок к дальнейшему самостоятельному изучению языка.

Руководство самостоятельной работой по данному курсу осуществляется в следующих формах:

- согласование индивидуальных планов (виды и темы заданий, сроки представления результатов) самостоятельной работы магистров в пределах часов, отведенных на самостоятельную работу;

- консультации (индивидуальные и групповые);

- промежуточный контроль хода выполнения заданий, строящихся на основе различных способов самостоятельной информационной деятельности в открытой информационной среде и отражающихся в процессе формирования электронного портфолио магистра;

- преподаватель определяет содержание самостоятельной работы и график ее выполнения, для чего разрабатывается необходимое учебно-методическое обеспечение в электронном виде;

В процессе организации самостоятельной работы особое внимание уделяется формированию готовности к кооперации, к работе в коллективе в сетевом пространстве, для чего осуществляется стимулирование магистров к совместной деятельности в малых группах.

Настоящей программой предусмотрены виды деятельности, которые направляются и корректируются преподавателем, а также виды учебной деятельности, которые осуществляются обучающимися самостоятельно в рамках плана изучения данной учебной дисциплины.

Самостоятельная работа без участия преподавателя направлена главным образом на формирование общекультурных и профессиональных компетенций. Обучающимся предлагается выбрать те виды работы самостоятельной работы, которые он предпочитает выполнить в процессе освоения дисциплины:

Самостоятельная работа студентов выполняется по заданию и при руководстве преподавателя. Ее целью является углубление и расширение знаний по дисциплине, формирование и дальнейшее развитие на их основе умений и навыков самостоятельного применения общенаучных и специальных методов исследования, способности к их продуктивному использованию в профессиональной деятельности. Самостоятельная работа студентов подразделяется на аудиторную и внеаудиторную.

Аудиторная самостоятельная работа проходит под руководством и контролем преподавателя и осуществляется в процессе работы студентов на лекциях, семинарах, практических занятиях.

Неаудиторная самостоятельная работа:

Подготовка к семинарским и практическим занятиям:

- изучение учебной и научной литературы с целью освоения базовых понятий, положений, подходов, технологий и методик, составляющих содержание курса;
- анализ основных типов проблемных ситуаций, возникающих в профессиональной деятельности;
- составление программы и плана научного исследования;
- анализ эмпирического материала по изучаемой проблематике;
- подбор и определение порядка применения технологий и методов связей с общественностью для разрешения проблемных ситуаций по направлениям социальной работы;
- подготовка докладов, сообщений, презентаций соответственно проблематике использования связей с общественностью в социальной работе;
- разработка развёрнутых планов-проектов использования технологий связей с общественностью в профессиональной сфере и методики их поэтапной реализации.

Самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя и содержит следующие задания:

- изучение программного материала дисциплины (работа с учебником и конспектом лекции, изучение рекомендуемых литературных источников, конспектирование источников);
- выполнение самостоятельных работ;
- работа с электронными информационными ресурсами и ресурсами Internet (использование аудио- и видеозаписи);

- составление схем, таблиц, для систематизации учебного материала;
- выполнение тестовых заданий;
- подготовка презентаций;
- ответы на контрольные вопросы;
- аннотирование, реферирование, рецензирование текста;
- написание докладов, конспектов занятий;
- работа с компьютерными программами;
- подготовка к зачету;
- анализ проблемных ситуаций (мини-кейсов).

## **Оформление самостоятельной работы:**

### 1. Титульный лист.

В верхней части указываются сведения об учреждении, в котором выполнена работа, название кафедры, которую представляет задавший работу преподаватель. В центре- вид работы с указанием названия дисциплины, тема. Сбоку справа- фамилия и инициалы студента, курс, номер группы, факультет; фамилия и инициалы, академическое звание научного руководителя. В нижней части - название города, год.

### 1. Оглавление(содержание)

Последовательное изложение пунктов плана работы с указанием страниц, с которых начинаются все пункты. Страница текста нумеруется арабскими цифрами в верхнем правом углу, начиная с 2 страницы, т.е. с «Содержания». Титульный лист не нумеруется, но принимается за 1 страницу.

### 2. Введение

Где определяется актуальность и значимость для науки и практики; дается обзор литературы по данной проблеме; определяются основные цели работы и подчиненные ей более частные задачи.

### 3. Основная часть

В основной части анализируются и раскрываются основные вопросы по предполагаемым заданиям дисциплины

### 1. Заключение

Подводя итоги работы, делается вывод, к которому пришел студент и формулируются рекомендации по разрешению проблемной ситуации. Заключение должно быть кратким, обстоятельным и соответствовать поставленным целям и задачам.

## 2. Литература

Каждый литературный источник должен быть описан с учетом современных библиографических требований.

Устанавливаются следующие требования к оформлению самостоятельной работы:

- параметры страницы (210x297 мм), формат - А4;
- интервал полуторный;
- шрифт 12, Times New Roman;

поля страницы: левое – 2 см, правое – 1,5 см, верхнее – 2 см, нижнее – 2 см.

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

#### **Тема 1. Связи с общественностью как направление информационной деятельности**

##### **Задания:**

- сравнительный анализ дефиниций связей с общественностью в учебной и научной литературе;
- характеристика функций связей с общественностью;
- определение актуальных направлений развития связей с общественностью в деятельности учреждений социальной сферы.

#### **Тема 2. Организация и проведение PR-кампаний**

**Задания:** проведение ситуационного анализа с целью характеристики и комплексной оценки условий реализации информационного сопровождения деятельности учреждений социальной сферы.

#### **Тема 3. Основные средства и методы связей с общественностью.**

**Задания:** анализ учебной и научной литературы; характеристика технологий и средств связей с общественностью; оценка эффективности использования технологий связей с общественностью в деятельности учреждений социальной сферы.

#### **Тема 4. Имиджмейкинг: связи с общественностью как средство формирования и продвижения имиджа.**

##### **Задания:**

1. Комплексная характеристика и анализ личностного имиджа, оценка средств его формирования и продвижения.

2. Комплексная характеристика и анализ корпоративного имиджа, оценка средств его формирования и продвижения.

### **Тема 5. Связи с общественностью как средство формирования и развития корпоративной культуры.**

#### **Задания:**

1. Проведение научного исследования корпоративной культуры организации.
2. Характеристика основных компонентов корпоративной культуры организации.
3. Оценка уровня развития основных компонентов корпоративной культуры организации.
4. Разработка рекомендаций по развитию корпоративной культуры организации посредством связей с общественностью.

### **Тема 6. Управление кризисными ситуациями: антикризисный PR.**

#### **Задания:**

Разработка рекомендация по использованию средств информационной политики в ходе разрешения конкретной кризисной ситуации по выбору студента:

- внутренние конфликты в деятельности организации;
- конфликты между организацией и внешней средой (аудиторией, клиентами, потребителями услуг, конкурентами и др.);
- межгрупповые социальные конфликты (экономические, политические, этнические, военные и др.).

Требуется соблюдение следующего плана:

- информационные причины возникновения конфликтов и кризисных ситуаций;
- PR-технологии и мероприятия по связям с общественностью как средство разрешения конфликтов и кризисных ситуаций

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

Критериями оценки результатов самостоятельной работы студента является оценка сформированности компетенций.

Оценка самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Разделом 4 об аттестации учебной работы студентов института.

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 качеств знаний по дисциплине на различных этапах её освоения**

К основным формам контроля, определяющим процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Связи с общественностью» относится рубежный контроль (контрольная работа), промежуточная аттестация в форме зачёта по дисциплине.

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

- знание терминов, понятий, категорий, концепций и теорий по дисциплине;
- понимание связей между теорией и практикой;
- сформированность аналитических способностей в процессе изучения дисциплины;
- владение навыками применения технологий связей с общественностью в деятельности учреждений социальной сферы.

#### **Шкала оценивания<sup>3</sup>**

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

«Зачтено» выставляется в случае, если студент продемонстрировал высокий уровень владения понятийным аппаратом дисциплины, теоретическими и практическими знаниями и навыкам в области информационного менеджмента, позиционирования и продвижения деятельности организаций социальной сферы и предоставляемых ими услуг, разработки

---

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

программ и организации мероприятий по связям с общественностью в учреждениях социальной сферы, включая подготовку информационных сообщений для СМИ и интернет-ресурсов о социальных проектах, направлениях и средствах социальной поддержки различных категорий населения.

«Не зачтено» выставляется в случае если студент не владеет понятийным аппаратом дисциплины, знаниями и навыками, обеспечивающими эффективное разрешение актуальных задач в области информационного позиционирования и продвижения деятельности учреждений социальной сферы и предоставляемых ими услуг для различных категорий населения.

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 теоретических знаний, владения понятийным аппаратом дисциплины, умения решать проблемные ситуации в области информационного менеджмента учреждений социальной сферы устанавливать междисциплинарные связи. Чётко понимает и учитывает особенности связей с общественностью в социальной сфере. Демонстрирует свободное владение профессиональными терминами, понятиями, категориями, концепциями и современными подходами к разработке программ развития связей с общественностью для учреждений социальной сферы, планированию, организации и реализации мероприятий в рамках актуальных направлений реализации связей с общественностью: формирования и развития корпоративной культуры, имиджмейкинга, антикризисного управления. Владеет технологиями оценки эффективности программ и мероприятий по связям с общественностью в деятельности учреждений социальной сферы.

### **ХОРОШО (4 балла)**

Обучающийся показывает достаточный уровень владения понятийным аппаратом и знанием основ теории и практики связей с общественностью в реализации актуальных задач информационного менеджмента в деятельности учреждений социальной сферы. Допускает незначительные ошибки, неточности при комплексной оценке условий применения технологий связей с общественностью в социальной сфере. Допускает неточности в процессе решения практико-ориентированных задач (кейсов), при характеристике и обосновании применения конкретных методов и технологий связей с общественностью в условиях конкретных проблемных ситуаций. Способен применять методы и технологии оценки эффективности программ и мероприятий по связям с общественностью и проектов социальной рекламы.

### **УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (3 балла)**

Обучающийся в целом демонстрирует понимание актуальности и значения связей с общественностью в деятельности учреждений социальной сферы. При этом демонстрирует поверхностное владение понятийным аппаратом дисциплины, теоретическими и практическими знаниями и технологиями связей с общественностью в социальной сфере. Недостаточно чётко и подробно характеризует особенности связей с общественностью в деятельности учреждений социальной сферы. В ответах и предлагаемых проектах решения практико-ориентированных задач не прослеживаются междисциплинарные подходы и связи. Предлагает типизированные

подходы к разработке программ и отдельных мероприятий по связям с общественностью, направленных на разрешение проблемных и кризисных ситуаций, а также проектов социальной рекламы.

### **НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (2 балла)**

Обучающийся показывает низкий уровень компетентности, не способен раскрыть содержание базовых понятий и терминов, характеризующих связи с общественностью в социальной сфере. Не владеет актуальными подходами и технологиями разработки и реализации программ и отдельных мероприятий по связям с общественностью. Ответы содержат неточности и ошибки, не носят конкретного и четкого характера. Испытывает затруднения при характеристике связей с практическими вопросами профессиональной деятельности. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на дополнительные вопросы или затрудняется с ответом. Не владеет знаниями, умениями и навыками подготовки и реализации программ по связям с общественностью в деятельности учреждений социальной сферы.

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

<b>Номер темы</b>	<b>Название темы</b>	<b>Код изучаемой компетенции</b>
Тема 1	Связи с общественностью как направление информационной деятельности в социальной сфере.	ПК-5, ПК-6
Тема 2	Организация и проведение PR-кампаний.	ПК-5, ПК-6
Тема 3	Средства и технологии связей с общественностью.	ПК-5, ПК-6
Тема 4	Имиджмейкинг: связи с общественностью как средство формирования и продвижения имиджа.	ПК-5, ПК-6
Тема 5	Связи с общественностью как средство формирования корпоративной культуры учреждений социальной сферы.	ПК-5, ПК-6
Тема 6	Управление кризисными ситуациями: антикризисный PR.	ПК-5, ПК-6

#### **4.3. Описание форм аттестации текущего контроля успеваемости**

*Рубежный контроль (текущий контроль успеваемости)* проводится в виде контрольной работы.

#### **Примерная тематика контрольных работ.**

1. Технологии связей с общественностью в деятельности учреждений социальной сферы.
2. Связи с общественностью в формировании корпоративной культуры.

- 3.Фирменный стиль в деятельности учреждений социальной сферы.
4. Имидж социального работника.
5. Имидж учреждений социальной сферы.
- 6.PR-документации в деятельности организации.
7. Корпоративные издания учреждений социальной сферы.
8. Мероприятия по связям с общественностью в деятельности учреждений социальной сферы.
9. Основные этапы подготовки и проведения PR-кампаний.
- 10.Оценка эффективности мероприятий по связям с общественностью.

При выполнении контрольной работы основное внимание уделяется способности студентов применять основные положения лекционного курса, понятийно-терминологический аппарат дисциплины в ходе анализа эмпирического материала, отображающего конкретные ситуации в деятельности учреждений социальной сферы, требующие применения методологии и технологий связей с общественностью.

Основными критериями для осуществления проверки и оценивания знаний и навыков, приобретённых студентами, являются:

- владение понятийно-терминологическим аппаратом связей с общественностью;
- знание технологий связей с общественностью, правил их применения в профессиональной деятельности;
- умение применять полученные знания для осмысления и анализа проблемных ситуаций в сфере социальной деятельности;
- соответствие принятых решений при выборе методов связей с общественностью содержанию и характеру поставленных целей и задач;
- соблюдение правил и требований, предъявляемых в ходе применения конкретных технологий связей с общественностью;
- построение обоснования и аргументации принятых решений.

Порядок проведения рубежного контроля регулируется Положением об аттестации учебной работы студентов института.

**Промежуточная аттестация** по дисциплине является итоговой проверкой знаний и компетенций, полученных студентом в ходе изучения дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине Промежуточная аттестация проводится в соответствии с требованиями Положения об аттестации учебной работы студентов института.

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

##### **Примерный перечень вопросов к зачету**

1. Связи с общественностью: содержание понятия.
2. Функции связей с общественностью.
3. Актуальность PR-деятельности в современной экономической и социокультурной ситуации в России.
4. Роль связей с общественностью в социальной сфере.
5. Социальная ответственность: содержание понятия и значение в связях с общественностью.
6. Основные элементы в структуре PR-деятельности.
7. Профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью в социальной сфере.
8. Классификация современных средств информационного позиционирования.
9. Базовая документация PR-деятельности.
10. Специальные мероприятия как инструменты PR-деятельности.
11. Основные этапы организации и проведения PR-кампании.
12. Целевые аудитории в связях с общественностью.
13. Корпоративная культура: содержание понятия и структура.
14. Информационный компонент в системе корпоративной культуры.
15. Процессы коммуникации в системе корпоративной культуры.
16. Значение PR-деятельности в развитии корпоративной культуры.
17. Основные элементы фирменного стиля.
18. Эстетическая культура в современной PR-деятельности.
19. Структура личностного имиджа.
20. Структура корпоративного имиджа.
21. PR-деятельность как средство формирования личностного имиджа.
22. PR-деятельность как средство формирования корпоративного имиджа.
23. Социальная активность в развитии имиджа.
24. Управление имиджем.
25. Информационные войны: содержание понятия и современные средства.
26. Этические нормы связей с общественностью.

27. Информационные причины возникновения кризисных ситуаций.
28. Управление кризисными ситуациями как направление PR-деятельности.
29. Информационная подготовка управленческих решений.
30. Связи с общественностью в профессиональной деятельности работников социальной сферы.

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

**Тест.** Выберите правильный ответ.

1. Целевой аудиторией программ по развитию корпоративной культуры являются:
  - а) клиенты учреждения;
  - б) сотрудники учреждения;
  - в) участники межведомственного взаимодействия.
2. Имидж услуги – это
  - а) представление об услуге целевого сегмента потребителей;
  - б) образ услуги, целенаправленно формируемый в процессе информационного продвижения;
  - в) представление об услуге, формирующееся в процессе её использования потребителем.

**Типовое задание.**

Характеристика принципов и технологий связей с общественностью, используемых конкретным учреждением социальной сферы с целью формирования корпоративного имиджа.

**РАЗДЕЛ 5. Глоссарий.**

**Брифинг** – краткая, сжатая во времени инструктивная встреча журналистов с представителями организации.

**Бюллетень** – 1) сводка новостей; 2) информационное сообщение; 3) информационное издание; 4) разновидность наружной рекламы.

**Годовой отчёт** – текст, содержащий информацию об основных показателях деятельности, достигнутых в течение года, включающий статистический материал, обзор результатов по основным видам деятельности, обращение к целевым группам.

**Двусторонняя симметричная модель связей с общественностью** – модель коммуникационной деятельности, основанная на равноправии организации и общественности, открытости, доверии, взаимопонимании, сотрудничестве, диалоге, исследовании внутренней и внешней среды.

**Имидж** – целенаправленно формируемый образ (организации, личности), выделяющий заданные ценностные характеристики, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие в целях популяризации.

**Имиджмейкинг** – информационная деятельность, направленная на формирование и поддержание имиджа.

**Информационная культура** – уровень организации системы корпоративного информирования.

**Коммуникационный менеджмент** – профессиональная деятельность, направленная на достижение эффективной коммуникации внутри организацией, а также между организацией и внешней средой.

**Корпоративная культура** – система ценностей, традиций, принципов, норм, декларируемых в качестве фундамента деятельности организации и служащий средством интеграции сотрудников.

**Лоббирование** – воздействие на законодательные или исполнительные органы власти для принятия решения в пользу заинтересованных лиц.

**Макросреда** – факторы широкого демографического, экономического, природного, научно-технического, политического, культурного характера, которые не подчиняются влиянию организации и которые необходимо учитывать в маркетинговой деятельности.

**Медиа-кит (пресс-кит)** – набор, комплект, пакет, специально подготовленный для представителей СМИ; может содержать бэкграунд, биографии, иллюстративные материалы и пр.

**Медиация** – технология связей с общественностью, которая состоит в согласовании интересов, посредничестве в спорах, конфликтах.

**Микросреда** – элементы структуры организации и её непосредственное окружение (клиенты, поставщики, посредники, конкуренты, контактные аудитории), факторы, на которые организация может оказывать непосредственное влияние.

**Миссия** – PR-информация, которая в лаконичной и яркой форме отражает цели организации, её предназначение, а также возможности функционирования в интересах определённых групп общественности.

**Ньюсмейкер** – лицо, выступающее на конференции, брифинге от имени организации.

**Паблсити** – 1) цикл одновременных публикаций в СМИ об определённом объекте с целью поддержания его известности; 2) популяризация, создание известности.

**Пресс-релиз** – информация о последних событиях в деятельности организации, распространяемая среди сотрудников СМИ для опубликования.

**Пресс-секретарь (контактмен)** – специалист, отвечающий за взаимодействие с прессой.

**Пресс-центр** – служба информации, организуемая на период проведения мероприятия или существующая постоянно в структуре организации.

**Связи с общественностью** – информационное позиционирование в социальной среде, направленное на формирование заданной системы представлений об объекте.

**Факт-лист** – краткий документ, фиксирующий профиль организации, сжатую характеристику события, деятельности руководителя организации.

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины

## РАЗДЕЛ 6. Информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Перечень рекомендуемой литературы, необходимой для освоения дисциплины

№	Наименование издания						
		Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6
<b>Основная литература</b>							
1	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>	+	+	+			
2	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>		+	+		+	+

3	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>	+	+	+	+	+	+
4	Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/472133">https://urait.ru/bcode/472133</a>	+	+	+	+	+	+
5	Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/468724">https://urait.ru/bcode/468724</a>					+	
6	Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/474171">https://urait.ru/bcode/474171</a>	+	+	+			+
<b>Дополнительная литература</b>							
1	Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/475753">https://urait.ru/bcode/475753</a>	+					+
2	Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/484940">https://urait.ru/bcode/484940</a>			+			+
3	Корягина, Н. А. Самопрезентация и убеждающая коммуникация : учебник и практикум для вузов / Н. А. Корягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11562-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/475283">https://urait.ru/bcode/475283</a>			+		+	+
4	Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/477307">https://urait.ru/bcode/477307</a>			+	+	+	+
5	Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М.	+	+	+			+

<p>Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/482662">https://urait.ru/bcode/482662</a></p>						
--	--	--	--	--	--	--

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

1. Агентство социальной информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.asi.org.ru>
2. Issa [Электронный ресурс]: [Электронный ресурс]: международная ассоциация социального обеспечения. – Режим доступа: <https://www.issa.int/ru>
3. Социальная работа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://soc-work.ru>
4. ССОПиР [Электронный ресурс]: союз социальных педагогов и социальных работников. – Режим доступа: <http://ssopir.ru>
5. РАСО: Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.raso.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.

Заведующая библиотекой

\_\_\_\_\_ Г.Л. Горохова

