

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

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

КАФЕДРА ТЕОРИИ И ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ

УТВЕРЖДЕНО

Руководитель ОПОП

д-р пед. наук, профессор

Н.М. Платонова

«29» мая 2020 г.



Рабочая программа дисциплины

PR-ТЕХНОЛОГИИ В СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

по образовательной программе 39.04.02 Социальная работа

«Инновационные практики в социальной сфере»

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

Согласовано: зав. кафедрой, д-р пед. наук, профессор Платонова Наталья Михайловна

Санкт-Петербург

2020

РАЗДЕЛ 1. Учебно-методический раздел рабочей программы дисциплины

1.1. Аннотация рабочей программы дисциплины PR-ТЕХНОЛОГИИ В СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

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 – формирование практических умений в области применения PR-технологий в социальной работе, а также профессиональных компетенций, необходимых для осуществления данной деятельности.

Задачи:

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.

В случае успешного освоения дисциплины студенты **должны:**

знать:

- основные PR-технологии работы со СМИ;
- варианты использования PR-технологий в сети Интернет;
- способы применения в социальной работе PR-акций событийного характера и PR мероприятий;
- технологию социальной рекламы.

уметь:

- применять PR-технологии в социальной работе;

иметь навыки:

- владеть способами подготовки и организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан.

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 | | | | | | | | |
|----------------|------------------------|--------------------|-----------------|------------------------------|--|-----------------------|--------------------------|---------------------------|------------------------|-----------------------------|--|----------------------------------|
| | В кредитах | В астрономч. часах | В академ. часах | Объем самостоятельной работы | Объем контактной работы обучающихся с преподавателем | | | | | | | |
| | | | | | Всего | Виды учебных занятий | | | | | В том числе контактная работа (занятия) в интерактивных формах | Промежуточная аттестация (зачет) |
| | | | | | | Всего учебных занятий | Занятия лекционного типа | Занятия семинарского типа | Групповые консультации | Индивидуальные консультации | | |
| Очная | 2 | 54 | 72 | 44 | 28 | 26 | 8 | 18 | - | - | 10 | 2 |
| Заочная | 2 | 54 | 72 | 62 | 10 | 8 | - | - | 8 | - | 4 | 2 |

* 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

| Планируемые результаты обучения по образовательной программе (перечень компетенций в соответствии с ФГОС и ОПОП) | Планируемые результаты обучения по дисциплине (перечень компетенций по дисциплине) |
|--|--|
| с УК-1 по УК-6, с ОПК-1 по ОПК-4, с ПК-1 по ПК-10 | - Способен к реализации деятельности по предоставлению социальных услуг, социального сопровождения, мер социальной поддержки и государственной социальной помощи, а так же профилактике обстоятельств, обуславливающих нуждаемость в социальном обслуживании (ПК-3) - способен к подготовке и организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан (ПК-6)- |

РАЗДЕЛ 2. Структура и содержание дисциплины

2.1. Учебно-тематический план дисциплины

Очная форма обучения

| Тема (раздел) дисциплины (указывается номер темы, название) | Общее количество аудиторных часов | Общее кол-во часов на занятия лекционного типа | Общее кол-во часов на занятия семинарского типа | |
|--|-----------------------------------|--|---|----------------------------|
| | | | Всего | Из них интерактивные формы |
| Тема 1. PR-технологии работы со СМИ | 6 | 2 | 4 | - |
| Тема 2. PR-технологии в сети Интернет | 6 | 2 | 4 | 4 |
| Тема 3. PR-акции событийного характера и PR мероприятия | 6 | 2 | 4 | - |
| Тема 4. Социальная реклама как технология | 8 | 2 | 6 | 6 |
| Итого: | 26 | 8 | 18 | 10 |

Заочная форма обучения

| Тема (раздел) дисциплины (указывается номер темы, название) | Общее количество аудиторных часов | Общее кол-во часов на занятия лекционного типа | Общее кол-во часов на занятия семинарского типа | |
|--|-----------------------------------|--|---|----------------------------|
| | | | Всего | Из них интерактивные формы |
| Тема 1. PR-технологии работы со СМИ | 2 | - | - | - |
| Тема 2. PR-технологии в сети Интернет | 2 | - | - | - |
| Тема 3. PR-акции событийного характера и PR мероприятия | 2 | - | - | - |
| Тема 4. Социальная реклама как технология | 2 | - | - | - |
| Итого: | 8 | - | - | - |

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. Описание занятий в интерактивных формах

Интерактивное занятие к теме 2 «PR-технологии в сети Интернет»

В качестве интерактивной формы проведения занятия используется **презентация и обсуждение групповых исследовательских работ студентов** – такая форма интерактивных занятий предполагает подготовку на занятии или в рамках самостоятельной работы индивидуальных работ, содержанием которых будет изучение содержания интернет-сайтов социальных учреждений.

Занятие проводится по информационным материалам, собранным студентами. В качестве первого этапа студенты анализируют информацию, присутствующую на сайтах. На втором этапе они используют для интерпретации информации наиболее удобные в каждом случае виды графического изображения полученных данных. На третьем этапе они выполняют группировку своих данных по качественным признакам и рассматривают особенности количественного и качественного анализа данных, полученных в ходе исследования. На четвёртом этапе составляется отчет об исследовании. Итоги исследования, оформленные в отчёт с презентацией, защищаются на занятии.

Интерактивное занятие к теме 4 «Социальная реклама как технология»

Используется разбор конкретных ситуаций (кейсы)/видеокейсы-техника обучения, использующая описание реальных рекламных материалов, для анализа обучающимися с целью определения идеи рекламного ролика, предложения возможных вариантов его использования в социальной работе, выбора лучших из них. Кейсы представляют собой реальные рекламные материалы или же материалы специально созданные в учебных целях.

Студенты самостоятельно изучают различные материалы рекламного характера, которые можно расценить как социальную рекламу. Анализируется идея рекламы, целевая аудитория, удачные находки и ошибки. Выдвигаются предложения по улучшению рекламных материалов.

Оценивается активность участия студентов в обсуждении, правильность делаемых выводов.

Кейсы подбираются преподавателем в зависимости от уровня студентов в группе.

2.5. Организация планирования встреч с приглашёнными представителями организаций.

Встречи с приглашёнными представителями организаций не предусмотрены.

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:

| Категории студентов | Формы |
|--|--|
| 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:

| Категории студентов | Виды оценочных средств | Формы контроля и оценки результатов обучения |
|--|---|---|
| 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).

2.7. Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Основными принципами изучения данной дисциплины являются:

- принцип научности и связи теории с практикой;
- принцип систематичности;
- принцип наглядности;
- принцип доступности.

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.

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 студентов в рамках дисциплины является одним из базовых компонентов обучения, приобретения общекультурных и профессиональных компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой учебной дисциплины. В процессе самостоятельной работы студенты проявляют свои творческие качества, поднимаются на более высокий уровень профессионализации.

Формы выполнения студентами самостоятельной работы могут быть разнообразны: как выполнение ряда заданий по темам, предложенным преподавателем, так и выполнение индивидуальных творческих заданий (в согласовании с преподавателем): составление библиографии, картотеки статей по определенной теме; составление опорных схем для осмысления и структурирования учебного материала; создание электронных презентаций; выступления на научно-практических конференциях и мн. др.

Типовые задания СРС:

- работа с первоисточниками;
- подготовка докладов;
- изучение отдельной темы и разработка опорного конспекта;
- решение исследовательских задач;
- составление понятийного тезауруса;
- подготовка презентации;
- написание эссе;
- составление аннотированного списка литературы по одной из тем;
- исследовательские работы (возможна разработка проекта).

Самостоятельная работа студентов – способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний, умений и компетенций без непосредственного участия в

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

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов в рамках дисциплины «Практикум PR-технологии в социальной работе» является одним из вариативных компонентов обучения, приобретения общекультурных и профессиональных компетенций, предусмотренных компетентностно-ориентированным учебным планом и рабочей программой учебной дисциплины. В процессе самостоятельной работы студенты 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;
- тезирование;
- аннотирование;
- рецензирование;
- составление конспекта воспитательного мероприятия и его анализ;
- решение «кейс-методов».

Требования к структуре и оформлению работы.

Данная работа в окончательном варианте, который предоставляется преподавателю, должна быть иметь следующую **структуру**:

Титульный лист (Образец титульного листа определяется Положением об аттестации учебной работы студентов института, и опубликован на сайте www.psycwork.ru раздел «Учебный процесс» / «самостоятельная работа»).

Оформление самостоятельной работы:

- параметры страницы (210x297 мм) А4;
- интервал полуторный;
- шрифт 12, TimesNewRoman;
- выравнивание по ширине;
- 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

Тема №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.

Тема №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.

Тема №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.

Тема №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 относится рубежный контроль (тест минимальной компетентности), промежуточная аттестация в форме экзамена 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;
- знание специальной литературы по дисциплине.

Шкала оценивания для зачета

К основным формам контроля, определяющим процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по программе тренинговой

подготовки относится промежуточная аттестация в форме зачета.

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

- знание терминов, понятий, категорий, концепций и теорий по программе;
- понимание связей между теорией и практикой;
- сформированность практических навыков;

Шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования включает следующие критерии:

- полное соответствие;
- частичное соответствие;
- несоответствие.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

| Тема (раздел) дисциплины (указывается номер темы, название) | Компетенции по дисциплине |
|---|----------------------------------|
| Тема 1. PR-технологии работы со СМИ | ПК-3, ПК-6 |
| Тема 2. PR-технологии в сети Интернет | ПК-3, ПК-6 |
| Тема 3. PR-акции событийного характера и PR мероприятия | ПК-3, ПК-6 |
| Тема 4. Социальная реклама как технология | ПК-3, ПК-6 |

4.3. Описание форм аттестации текущего контроля успеваемости (рубежного контроля) и итогового контроля знаний по дисциплине (промежуточной аттестации по дисциплине)

Рубежный контроль успеваемости проводится преподавателем в процессе изучения дисциплины в форме теста минимальной компетентности. Тест считается пройденным, если будут даны ответы не менее, чем на 70% вопросов.

Промежуточная (итоговая) аттестация по дисциплине.

Рейтинговая оценка знаний складывается из следующих компонентов:

- посещаемости занятий и активности на них;
- результатов рубежного контроля;
- результатов аттестации самостоятельной работы.

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

Практико-ориентированные 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.

Вопросы и задания:

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 HTTP.

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.

Паблицити - 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 паблик 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-релейшнз (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 |
|----------------------------------|---|--------|--------|--------|--------|
| Основная литература | | | | | |
| 1 | Душкина М. Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология / М.Р. Душкина. - Санкт-Петербург: Питер, 2016. - 560 с. - ISBN 978-5-496-02310-8. - URL: https://ibooks.ru/reading.php?productid=21769 | + | + | + | + |
| 2 | 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, 2019. – 197 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-08991-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: http://biblio-online.ru/bcode/453403 | + | + | + | + |
| Дополнительная литература | | | | | |
| 1 | Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 337 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-9916-9890-0. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: http://biblio-online.ru/bcode/451046 | + | + | + | + |
| 2 | 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, 2019. – 351 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-08767-3. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: http://biblio-online.ru/bcode/453280 | + | + | + | + |
| 3. | Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – Москва: Издательство Юрайт, 2018. – 263 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-00227-0. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/412842 | + | + | + | + |
| 4. | Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 173 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-06706-4. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: http://biblio-online.ru/bcode/455249 | + | + | + | + |

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.

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

East View [Электронный ресурс]: information services. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12> . – Загл. с экрана.

Ibooks.ru [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://ibooks.ru> – Загл. с экрана.

Гарант [Электронный ресурс]: информационно-правовое обеспечение. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://cloud.garant.ru/#/startpage:0> . – Загл. с экрана.

Отечественный журнал социальной работы [Электронный ресурс]: научно-теоретический и научно-методический журнал. – Электрон. текстовые дан. – (Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU). – Режим доступа: <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=27671> . – Загл. с экрана.

Электронная библиотека СПбГИПСР [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=456 – Загл. с экрана.

Электронный каталог библиотеки СПбГИПСР [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=435 . - Загл. с экрана.

ЮРАЙТ [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/> – Загл. с экрана.

Заведующая библиотекой

_____ Г.Л. Горохова

(подпись, расшифровка)