

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Кафедра социальных технологий

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета социально-политических наук



Т.С. Аكوпова

«17» июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины
«Public Relations в социальной работе»

Направление подготовки
39.03.02 Социальная работа

Направленность (профиль)
«Технологии социальной работы»

Форма обучения
очная/ заочная

Программа одобрена
на заседании кафедры
от «11» июня 2019 года, протокол № 10

Программа одобрена НМК
факультета социально-политических наук
протокол № 10 от «14 » июня 2019 года

Ярославль

1. Цели освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Public Relations в социальной работе» – ознакомление с использованием методов стимулирования интереса общественного мнения к деятельности учреждений социальной сферы, предполагающее формирование управляемого имиджа организации, ее репутации, фирменного стиля.

Для достижения поставленной цели предусматривается решение следующих воспитательных, образовательных, развивающих и мотивирующих практические навыки задач:

- дать знания о концепциях организации общественных связей за рубежом и в России,
- познакомить студентов с важнейшими тенденциями развития мирового PR, уяснить специфику российской ситуации;
- дать возможность студентам освоить некоторые методы и технологии связей с общественностью в социальной работе.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Public Relations в социальной работе» является дисциплиной по выбору и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

Изучение данной дисциплины предполагает использование студентами очной формы обучения знаний, умений и навыков, полученных в ходе изучения курсов «Психология», «Социология», «Теория социальной работы», «Технологии социальной работы», «Психологическое обеспечение социальной работы».

Для студентов заочной формы обучения изучение данной дисциплины предполагает использование знаний, умений и навыков, полученных в ходе изучения курсов «Психология», «Социология», «Теория социальной работы», «Технологии социальной работы», «Психологическое обеспечение социальной работы».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП бакалавриата

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ООП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Код компетенции	Формулировка компетенции	Перечень планируемых результатов обучения
Универсальные компетенции		
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними	<u>Знать:</u> – основные теоретические понятия, сущность и содержание технологий PR; – формы управления связями с общественностью, их структурное построение; <u>Уметь:</u>
	ИУК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм	<u>Знать:</u> - модель формирования положительного имиджа организации; - сущность и содержание PR-технологий, технологий разработки и планирования PR-кампаний, подготовки мероприятий и реализации других методов связей с общественностью; <u>Уметь:</u> – применять методологию разработки, апробации и реализации методов связей с общественностью в деятельности социального работника с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм.
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;	<u>Знать:</u> – основные методы и приемы коммуникаций в социальной сфере, стили общения, основы невербального общения <u>Уметь:</u> – правильно выбирать и использовать методы и технологии PR для обеспечения прав человека в сфере социальной защиты; – налаживать взаимодействие и общение в зависимости от цели и условий партнерства; адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия <u>Владеть:</u> - навыком представления PR-программ и мероприятий в виде отчетов, публикаций и иных формах.
Профессиональные компетенции		

<p>ПК(ОУ)-1. (9) Способен к подготовке и организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан</p>	<p>ИПК(ОУ)-1.2 Организует мероприятия по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан</p>	<p><u>Знать:</u> - Региональные особенности социального развития, социальной структуры населения на вверенном участке работы (на территории, в социальной группе, в трудовом коллективе) - Технологии развития профессиональных компетенций персонала с учетом передового российского и зарубежного опыта, современных тенденций развития сферы социального обслуживания</p> <p><u>Уметь:</u> - Взаимодействовать в вопросах социального обслуживания граждан - получателей социальных услуг 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><u>Владеть:</u> - Организация мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан</p>
---	--	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины

Объем, структура и содержание дисциплины для студентов очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 акад. часа.

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)						Формы текущего контроля успеваемости	Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	Формы ЭО и ДОТ (при наличии)
			Контактная работа								
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестационные испытания	самостоятельная работа			
1	Тема 1. Определение и сущность PR.	8	4	4				9			
2	Тема 2. PR деятельность в социальной сфере.	8	4	4				9	Задание 1 (работа в группах)		
3	Тема 3. Паблик рилейшенз как метод и технология социальной работы.	8	4	4				9	Тест, Задание 2		
4	Тема 4. Контроль и общественное мнение в системе связей с общественностью.	8	2	4				7	Фронтальный опрос		
5	Тема 5. Основные направления и формы PR-деятельности организаций социальной сферы в России.	8	4	4		1		9	Разработка пресс-релиза (работа в группах). Задания 3,4		
	в том числе с ЭО и ДОТ							4	Задание в ЭУК в LMS Moodle		
6	Тема 6. Организация, планирование и основные этапы PR-деятельности в организациях социальной сферы.	8	4	2		1		9	Фронтальный опрос Реферат		
	в том числе с ЭО и ДОТ							5	Реферат по курсу ЭУК в LMS Moodle		
	Промежуточная аттестация						0,3	9,7	Зачет		
	ВСЕГО – 108 ч.		22	22		2	0,3	61,7			
	в том числе с ЭО и ДОТ							9			

Объем, структура и содержание дисциплины для студентов заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 акад. часа.

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	курс	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)							Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации (по семестрам) Формы ЭО и ДОТ (при наличии)
			Контактная работа							
			лекции	практические	лабораторные	КСР	аттестационные испытания	самостоятельная работа		
1	Тема 1. Определение и сущность PR.	5	1	1				20		
2	Тема 2. PR деятельность в социальной сфере.	5	1	1				20	Задание 1 (работа в группах)	
3	Тема 3. Паблик рилейшенз как метод и технология социальной работы.	5	1	1		1		5	Тест, Задание 2	
4	Тема 4. Контроль и общественное мнение в системе связей с общественностью.	5		1		1		5	Конспектирование (вопросы к семинару 4)	
5	Тема 5. Основные направления и формы PR-деятельности организаций социальной сферы в России.	5	1			1		20	Задания 3,4	
	<i>в том числе с ЭО и ДОТ</i>							15	<i>Задание в ЭУК в LMS Moodle</i>	
6	Тема 6. Организация, планирование и основные этапы PR-деятельности в организациях социальной сферы.	5				1		22	Реферат	
	<i>в том числе с ЭО и ДОТ</i>							10	<i>Реферат по курсу ЭУК в LMS Moodle</i>	
	Итого – 108 ч.		4	4		4		92		
							0,3	3,7	Зачет – 4 ч.	
	<i>в том числе с ЭО и ДОТ</i>							25		

Содержание разделов дисциплины:

Тема 1. Определение и сущность PR. Основные подходы в определении понятия PR. Принципы установления и поддержания связей с общественностью. Функции PR.

Содержание и предназначение PR. Цели, методы и средства связей с общественностью. Этапы развития связей с общественностью. Развитие публич рилейшенз в России.

Тема 2. PR деятельность в социальной сфере. PR в социальной сфере, выявление его специфики и направлений практического применения. Учреждения социальной сферы как субъект PR деятельности. Характеристика учреждений и организаций социальной сферы. Стратегическое направление деятельности учреждений социальной сферы, цели PR-деятельности. Технологии социального PR. Социальная ответственность бизнеса. Социальные инвестиции. Социальная активность бизнеса.

Тема 3. Публич рилейшенз как метод и технология социальной работы. Важнейшие принципы PR-деятельности организаций социальной сферы. Место и роль связей с общественностью в социальной работе. PR как метод социальной работы. Связи с общественностью – одна из базовых технологий социальной работы.

Тема 4. Контроль и общественное мнение в системе связей с общественностью. Методы контролирующего воздействия. Метод социального маневрирования. Метод социального манипулирования. Алгоритм работы PR-специалиста с группами общественности. Общественное мнение в сфере PR. История изучения общественного мнения. Организации, исследующие общественное мнение в России. Структура и стадии функционирования общественного мнения. Факторы, формирующие общественное мнение. Функции ОМ.

Тема 5. Основные направления и формы PR-деятельности организаций социальной сферы в России. Значимость СМИ для формирования и поддержания имиджа организаций социальной сферы. Отбор СМИ для работы с разными целевыми группами, учет их специфики и характеристик. Технология работы со СМИ. Пресс-релиз организации. Виды пресс-релизов. Организация пресс-конференций и приемов. Организация интервью. Интернет-технологии PR и их использование в социальной работе.

Тема 6. Организация, планирование и основные этапы PR-деятельности в организациях социальной сферы. Понятие PR кампании в социальной сфере. Этапы разработки PR кампании. Социальная реклама в PR-деятельности организаций социальной сферы. Цели, задачи, функции, виды социальной рекламы.

Темы семинаров:

Семинар 1. Роль «Связей с общественностью» в современном обществе. Предмет, объект и методы PR. Становление PR как науки и учебной дисциплины. Роль PR в современном обществе.

Семинар 2. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью. Этика и профессиональные стандарты PR. Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие сферу связи с общественностью.

Семинар 3. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля. Бренд: понятие, элементы, концепция формирования.

Семинар 4. Связи с общественностью в некоммерческих организациях. Некоммерческие организации – понятие, функции, характерные черты. Специфика функционирования некоммерческих организаций в современной России. PR-технологии в привлечении инвестиций.

Семинар 5. Социальная реклама как технология PR. Социальная реклама, ее роль в развитии и функционировании организаций социальной сферы. Виды социальной рекламы.

Семинар 6. Современные технологии связей с общественностью. Пресс-релиз в

сети интернет. Блоггинг. Флэш-моб. Род-шоу. Мобильный маркетинг.

5. Образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

Вводная лекция (для заочной формы – установочная) – дает первое целостное представление о дисциплине и ориентирует студента в системе изучения данной дисциплины. Студенты знакомятся с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки в целом. Дается краткий обзор курса, история развития науки и практики, достижения в этой сфере, имена известных ученых, излагаются перспективные направления исследований. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы (используется при изучении темы 1).

Академическая лекция (или лекция общего курса) – последовательное изложение материала, осуществляемое преимущественно в виде монолога преподавателя. Требования к академической лекции: современный научный уровень и насыщенная информативность, убедительная аргументация, доступная и понятная речь, четкая структура и логика, наличие ярких примеров, научных доказательств, обоснований, фактов (используется при изучении всех тем курса, где предусмотрены лекционные занятия).

Семинар - вид практических занятий, который предусматривает самостоятельную проработку студентами отдельных тем и проблем в соответствии содержания учебной дисциплины и обсуждение результатов у этого изучения, представленных в виде тезисов, сообщений, докладов, рефератов и т.д.

Работа в группах(задание) дает всем учащимся возможность активно участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения, играть разные роли, учиться друг у друга, ценить разные точки зрения. Студенты, работая в группе, пытаются совместно выполнить поставленную задачу. При этом задание строится таким образом, чтобы никто не смог выполнить его без помощи остальных участников группы. Преподаватель превращается из источника информации и контроля в советчика и консультанта, направляющего работу группы в правильное русло. Групповое обучение основывается на принципах: социального взаимодействия, позитивной взаимозависимости, личной ответственности, равной доли участия каждого.

Фронтальный опрос - прием обучения, при котором вопрос задается всей группе, а затем называется учащийся, который будет отвечать на этот вопрос.

Тест – это система формализованных заданий, по результатам выполнения которых можно судить об уровне развития определённых качеств испытуемого, а также о его знаниях, умениях и навыках.

Конспектирование - процесс мысленной переработки и письменной фиксации информации в виде краткого изложения основного содержания, смысла какого-либо текста.

Реферативная работа - это творческая работа, написанная на основе нескольких научных и литературных источников. Она предполагает сопоставление данных разных источников и на основе этого выработку собственной точки зрения на проблему. Главной целью реферативной работы является представление максимально полной информации по избранной теме, при этом автор должен выработать и представить собственную точку зрения на проблему.

В процессе обучения используются следующие технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии:

Электронный учебный курс «Public Relations в социальной работе» в LMS Электронный университет Moodle ЯрГУ, в котором:

- представлены задания для самостоятельной работы обучающихся по темам дисциплины;
- осуществляется проведение отдельных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов;
- представлены тексты лекций по отдельным темам дисциплины;
- представлены правила прохождения промежуточной аттестации по дисциплине;
- представлен список учебной литературы, рекомендуемой для освоения дисциплины;
- представлена информация о форме и времени проведения консультаций по дисциплине в режиме онлайн;
- посредством форума осуществляется синхронное и (или) асинхронное взаимодействие между обучающимися и преподавателем в рамках изучения дисциплины.

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:

- программы Microsoft Office.

7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

Автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT»
http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Албегова И. Ф. Public Relations в социальной работе: учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлению «Социальная работа». / И. Ф. Албегова, Г. Л. Шаматонова. - Ярославль: ЯрГУ, 2014. - 103 с. 17 экз. + [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.lib.uniyar.ac.ru/edocs/iuni/20140605.pdf>

б) дополнительная литература

1. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст :

- электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448312>
2. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для бакалавриата и магистратуры / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 393 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432096>
 3. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для вузов / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 223 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04832-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453642>

в) ресурсы сети «Интернет»

1. Европейская конфедерация связей с общественностью (CERP): www.pr-lecture.narod.ru/prt12r3part1.html
2. Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA): www.pr-info.ru/Soo1/SooIPRA.htm
3. Международный Комитет Ассоциаций компаний-консультантов в области связей с общественностью (ICCO): www.akospr.ru/
4. Социальный пр, пр в социальной сфере <http://comagency.ru/pr-in-social-sphere>

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций,
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, хранящиеся на электронных носителях и обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Число посадочных мест в лекционной аудитории больше либо равно списочному составу потока, а в аудитории для практических занятий (семинаров) – списочному составу группы обучающихся.

Автор:

к.п.с.н., доцент

Зарубина Ю.Н.

**Приложение №1 к рабочей программе дисциплины
«Public Relations в социальной работе»**

**Фонд оценочных средств
для проведения текущей и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине**

**1. Типовые контрольные задания и иные материалы,
используемые в процессе текущего контроля успеваемости**

Задания для самостоятельной работы

*(данные задания выполняются студентом самостоятельно в ЭУК LMS Moodle
и преподавателем в обязательном порядке не проверяются)*

Задания 1,3,4 позволяют оценить сформированность компонентов универсальной компетенции УК-2, УК-6

Задание 1: Составить схему по истории возникновения и развития PR, используя метод кластерного анализа.

Правила работы с текстом при составлении кластера:

Кластер - выделение смысловых единиц текста и их графическое оформление в определенном порядке в виде грозди

- 1) прочитать текст и выделить в нем большие и малые смысловые единицы;
- 2) после обсуждения и уточнения формулировок смысловых блоков на листе бумаги в овальных рамках записать принятые названия;
- 3) на основе текста вокруг каждой рамки в кружках (это «веточки» кластера) кратко вписать сведения, соответствующие смысловым блокам;
- 4) попытаться установить связи между отдельными блоками и/или «веточками» кластера и соединить их стрелками;
- 5) на основе других источников дополнить кластеры новыми «веточками» — сведениями, необходимыми для представления данной проблемы.

Критерии оценки задания 1:

- Оригинальность и самостоятельность разработки;
- Наличие необходимого количества элементов кластера (не менее 3-х смысловых блоков);
- Содержание задания, грамотность составления;
- Четкость изложения;
- Умение работать в группе при выполнении задания.

Содержание разработанного задания оценивается по шкале «зачтено-незачтено»:

- «Зачтено»- задание является оригинальным, содержит в себе все необходимые структурные элементы, выполнено в соответствии с заявленной темой;
- «Незачтено» - отсутствует оригинальность выполненного задания, недостаточный охват предложенной темы (отсутствует наполнение смысловых блоков, взаимосвязи между элементами);

Задание 2 (Загрузить выполненное задание в ЭУК в LMS Moodle):

2.А Найдите признаки и критерии, которые **не являются** характеристиками PR-технологии

Технология – это система целенаправленных, последовательных, заведомо эффективных действий, рассчитанных на достижение заданного результата. **PR-технология** – это реализуемая средствами PR социально-коммуникативная технология управления коммуникациями базисного субъекта PR с его целевыми общественностями, представляющая собой совокупность последовательно применяемых процедур, приемов и способов деятельности, направленных на наиболее оптимальную и эффективную реализацию целей и задач субъекта управления в определенное время и в определенном месте (Д.П. Гавра).

PR-технологии как особому виду социально-коммуникативной технологии присущи характерные **признаки и критерии**:

1. **Искусственность и сознательное управление коммуникационными ресурсами** - технология всегда предусматривает сознательное управление коммуникационными ресурсами и трансформацию естественного, т.е. стихийно развивающегося коммуникативного процесса в новую коммуникативную реальность, имеющую управляемый характер. Такая коммуникация уже будет являться продуктом управления и, следовательно, иметь относительно искусственный, т.е. не исключительно спонтанный характер.
2. **Социальный характер процесса** - процесс взаимодействия субъектов носит социальный характер.
3. **Общеобязательность** означает, что правила и нормы обязательны для всех, кому они адресованы, они действуют, не ограничиваясь кругом определенных лиц, во времени и в пространстве.
4. **Системность** - технология должна представлять собой согласованную систему действий социальных субъектов, т.е. упорядоченную совокупность процедур и операций, имеющих устойчивую структуру, и направленную на реализацию определенной цели.
5. **Целенаправленность** – для решения задач.
6. **Планомерность** - технология — это всегда деятельность, разворачивающаяся в соответствии со специально заблаговременно разработанным планом, который привязан к имеющимся ресурсам.
7. **Универсальность** – всеобщность, повсеместная распространенность
8. **Технологичность** (структура, номенклатура и последовательность процедур и операций) - совокупность действий субъектов коммуникации по достижению какой-либо цели будет являться PR-технологией только в том случае, если она будет представлена в виде структурированной технологической цепочки процедур и операций. Данная технологическая цепочка называется технологическим процессом (реже — технологическим рядом) PR-технологии.
9. **Оптимизация и обратная связь** - каждая технология разрабатывается и реализуется с учетом критерия оптимальности. Возможны различные оптимизационные критерии. Одни технологии нацелены на получение заданного результата при наиболее эффективном (минимальном) использовании ресурсов (как правило, материальных, финансовых и, как функция последних, кадровых).
10. **Креативность и стандартизация** - технология представляет собой своеобразный симбиоз нестандартных и унифицированных компонентов. Чем в большей степени стандартизована социальная технология, тем удобнее ее тиражировать, тем проще ее использовать тем технологам, которые не обладают высокой квалификацией разработавших ее авторов.

2.Б Расположите в правильном порядке последовательность этапов проектирования социальных технологий, в том числе технологий PR:

1. Этап разработки инструментария

2. Этап постановки цели
3. Этап разработки технологии
4. Этап прогнозирования
5. Этап оценки
6. Этап теоретического обоснования

2.В.Разработать технологию PR-кампании для конкретной организации социальной сферы с применением основных методов и средств PR.

Задание выполняется самостоятельно в печатной или рукописной форме. При выполнении задания студенты могут использовать сеть интернет.

Разработка, конструирование и реализация социальной технологии происходят в несколько этапов:

- 1) теоретический этап – определение цели, объекта технологизации, разделение социального прогресса на составляющие и выявление связей между ними;
- 2) методический этап – выбор методов, средств получения информации, ее обработки, анализа, принципов ее трансформации в конкретные выводы и рекомендации;
- 3) процедурный этап – организация практической деятельности по реализации требований социальных технологий.

Критерии оценки работы студентов:

- Оригинальность;
- Логичность;
- Четкость и последовательность изложения;
- Соблюдение правил и требований составления технологии.

Содержание задания оценивается по шкале «зачтено-незачтено»:

- «Зачтено»- задание является оригинальным, содержит в себе все необходимые структурные элементы, изложено грамотно и в соответствии с заявленной темой;
- «Незачтено» - выбранная тема не отвечает требованиям актуальности, отсутствует оригинальность и самостоятельность выполненного задания;

Задание 3: Разработка пресс-релиза. (*Загрузить выполненное задание в ЭУК в LMS Moodle*)

Пресс-релиз — сообщение для прессы; информационное сообщение, содержащее в себе новость об организации (возможно, и частном лице), выпустившей пресс-релиз, изложение её позиции по какому-либо вопросу и передаваемое для публикации в СМИ.

При составлении пресс-релиза необходимо соблюдать правила, структуру и последовательность составления пресс-релиза, изложенные в ходе лекционных занятий.

Критерии оценки задания 2:

- Концептуальность, выбор актуальной, интересной темы пресс-релиза;
- Оригинальность и самостоятельность разработки;
- Наличие необходимых структурных элементов и составляющих пресс-релиза;
- Содержание пресс-релиза, грамотность письменной речи;
- Четкость изложения;
- Умение самостоятельно выполнять предложенное задание.

Содержание разработанного задания оценивается по шкале «зачтено-незачтено»:

- «Зачтено»- задание является оригинальным, содержит в себе все необходимые структурные элементы, изложено грамотно и в соответствии с заявленной темой;

- «Незачтено» - выбранная тема не отвечает требованиям актуальности, отсутствует оригинальность и самостоятельность выполненного задания;

Задание 4: Проанализируйте предложенный пресс-релиз, выделяя необходимые элементы в его структуре:

1. Заголовок

Содержит необходимый минимум слов, но при этом раскрывает ключевую идею пресс-релиза. Его задача - привлечь внимание и побудить прочитать весь текст. По возможности, заголовок должен быть ярким, «громким» и запоминающимся.

2. Подзаголовок

Более полно раскрывает тему текста и суть новости. Хороший подзаголовок состоит из одного предложения, лаконично отвечающего на вопрос «О чем этот пресс-релиз?»

3. Первый абзац (лидер-абзац, лид)

Содержит исчерпывающую информацию о событии. Первый абзац должен содержать ответ на пять вопросов: кто, что сделал, где, когда, почему. В первом абзаце необходимо передать самое важное – вовсе не обязательно, что ваш пресс-релиз дочитают до конца.

4. Основная часть

Содержит интересную дополнительную информацию о событии: подробности, справочные данные, цитаты первых лиц компании и пр.

5. Справка о компании

Содержит краткую информацию о компании, сфере ее деятельности, ассортименте продукции, адрес сайта и др. Если в пресс-релизе упоминается несколько компаний, рекомендуется сообщить информацию обо всех. Текст должен быть написан в форме краткой справки и не должен содержать никакого намека на рекламу.

6. Контактная информация

В этом разделе указывается имя и должность контактного лица (составителя пресс-релиза, представителя пресс-службы компании), контактные телефоны, e-mail и другие каналы связи.

Пресс-релиз: В честь Всемирного дня зрения в Ярославле 5 дней будут бесплатно проверять глаза

Акцию по бесплатной проверке зрения с последующей покупкой очков по сниженной цене проводит сеть оптик «Счастливый взгляд».

Сеть салонов оптики «Счастливый взгляд» присоединяется к международной инициативе Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), в рамках которой ежегодно во второй четверг октября отмечают Всемирный день зрения. С 11 по 15 октября в честь этого события во всех салонах будут проверять зрение бесплатно и предоставлять скидку в 30% на покупку очков. Адреса салонов, в которых все желающие смогут бесплатно пройти обследование: ул. Победы, д. 41, ТРЦ "Аура" и Ленинградский пр., д. 123, ТК Альтаир.

«Дни здоровья отмечают во многих сферах медицины, это подталкивает людей проходить профилактические осмотры и тем самым успевают предупредить развитие серьезных заболеваний, – отмечает Ирина Шикалович, главный врач-офтальмолог сети оптик «Счастливый взгляд». – Мы ежегодно проводим подобные акции с проверкой зрения по всей России, чтобы простимулировать людей уделить немного времени заботе о здоровье, хотя бы раз в году в честь Всемирного дня зрения. Наши офтальмологи стараются максимально проинформировать посетителей о правильном уходе за

глазами. Например, не все знают, что солнцезащитные очки – это не просто красивый аксессуар, а средство профилактики заболеваний (ранней катаракты и макулодистрофии сетчатки), и что при выборе любых очков важно учитывать целый комплекс параметров».

В рамках акции со скидкой 30% можно будет приобрести в том числе и брендовые оправы и солнцезащитные очки марок Ray-Ban, Vogue, Ted Baker, Pepe Jeans, Versace, Furla, Guess и др. Также можно получить скидку 30% на очковые линзы: для вождения, занятий спортом, работы за компьютером и гаджетами, на утонченные и другие виды линз.

В прошлом году в акции «Счастливого взгляда» приняли участие 9592 человек по всей России.

Подробности – у оптиков-консультантов или по телефону горячей линии 8 800 555 666 7.

Имеются противопоказания. Необходимо проконсультироваться со специалистом.

Для справки

По данным ВОЗ, в мире около 253 млн человек имеют проблемы со зрением. Самыми распространенными заболеваниями глаз остаются близорукость, дальнозоркость и астигматизм (ими страдают 43% населения земли), непрооперированная катаракта (33%) и глаукома (2%). Эксперты ВОЗ подчеркивают, в 80% всех случаев нарушения зрения можно предотвратить или вылечить.

Критерии оценки задания 4:

- Выделение необходимых структурных элементов и составляющих пресс-релиза;
- Соответствие содержания пресс-релиза выделенным структурным элементам;
- Четкость изложения;
- Умение самостоятельно выполнять предложенное задание.

Содержание разработанного задания оценивается по шкале «зачтено-незачтено»:

- «Зачтено»- задание выполнено самостоятельно, содержит в себе все необходимые структурные элементы, изложено грамотно и в соответствии с заявленной темой;
- «Незачтено» - неправильное выделение структурных элементов пресс-релиза, несамостоятельность выполненного задания;

Тестовое задание по темам 1-3

За каждый верный ответ начисляется 2 балла, за неверный – 0 баллов, неполный -1 балл. Максимальное количество баллов – 30.

1: Определение публик рилейшенз как содействие установлению взаимопонимания и доброжелательности между организацией и общественностью относится к группе

- А прагматических определений
- Б альтруистических
- В компромиссны

2. Суть компромиссного подхода в определении пр состоит в

А удовлетворении конкретных интересов

Б в том, что организация учитывает интересы общественности

В в удовлетворении интересов организации

Г все предыдущие варианты верны

3. Технология связей с общественностью предполагает

А однократные действия для улучшения отношений между организацией и общественностью

Б программу действий для обретения общественного понимания и принятия

В деятельность по связям с общественностью только за пределами организации

4. Является ли деятельность по связям с общественностью управленческой деятельностью

А да

Б нет

5. Какие принципы не относятся к системе связей с общественностью

А законность

Б непрерывность

В минимизация издержек

Г субъективность

Д комплексность

Е доступность

6. Является ли оценка функцией пр

А да

Б нет

7. Укажите содержательные элементы пр-деятельности как социальной технологии

Выберите 1 или несколько вариантов ответа

А неценовая конкуренция

Б двустороннее общение

В консультативные услуги

В инвестиции

Г фандрайзинг

Д законодательная деятельность

8. Относится ли антикризисное управление к целям PR-деятельности:

А Да

Б нет

9. Что относится к средствам и методам технологии PR (выберите один или несколько вариантов)

А законодательная деятельность

Б составление заявок в фонды

В краудсорсинг

Г социологические исследования

Д конкурсы и премии

10. Что _____ такое _____ социальная организация _____

11. Конкретное устойчивое множество индивидов, объединенное на какое-то время единой целью, называется:

А общественность организации

Б целевая аудитория

В общественность

12. Становление пр как самостоятельного вида деятельности произошло в:

А 30-е годы 20 века

Б в 1988

В в 1991 году

13. Формирующийся информационный рынок и меняющаяся структура массового сознания, требующая все более тонких и точных форм работы с целевыми группами, относятся к:

А второму этапу развития ПР-коммуникации в России

Б первому

В третьему

14. Появление Российской ассоциации по связям с общественностью относится к периоду:

А первичной институционализации

Б доинституциональному периоду

В вторичной институционализации

15. Декларация профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью была принята в:

А 1997

Б 1991

В 1994

Критерии оценивания теста:

«3» - за 50-70% правильно выполненных заданий,

«4» - за 70-85% правильно выполненных заданий,

«5» - за правильное выполнение более 85% заданий.

Текущий контроль осуществляется во время фронтальных групповых опросов.

Вопросы к фронтальным опросам по темам 1-6

1. Предмет, объект и методы PR.
2. Становление PR как науки и учебной дисциплины.
3. Роль PR в современном обществе.
4. Этика и профессиональные стандарты PR.
5. Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области связей с общественностью.
6. Сущность PR как вида профессиональной деятельности.
7. Основные этапы развития ПР в России.
8. Основные тенденции в развитии ПР в России.
9. Особенности развития ПР на современном этапе.
10. Паблик рилейшенз и реклама: сходства и различия.
11. Функции ПР в социальной работе.
12. Направления ПР-деятельности организаций социальной сферы.
13. Формы ПР-деятельности организаций социальной сферы.
14. Что такое СМИ
15. Функции СМИ в современном обществе.
16. Что такое пресс-релиз.
17. Что такое лидер-абзац.
18. Что такое пресс-конференция.
19. Правила проведения интервью.
20. Чем отличаются электронные СМИ от бумажных.
21. Какие этапы включает ПР-деятельность.

22. Что такое план ПР-кампании.
23. Что такое реклама.
24. Что такое социальная реклама.
25. Цели социальной рекламы.
26. Функции социальной рекламы.
27. Виды социальной рекламы.
28. Социальная реклама в социальной работе.
29. Что такое интернет-технологии ПР.
30. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля.
31. Бренд: понятие, элементы, концепция формирования.
32. Рекламная коммуникация: цели и основные составляющие.
33. Медиапланирование как составляющая рекламной кампании.
34. Особенности рекламы в различных СМИ.

Фронтальный опрос проводится в устной форме по теме занятия (в соответствии с программой дисциплины) и охватывает всех присутствующих на занятии студентов. Вопросы задаются преподавателем по примерному перечню вопросов для фронтальных вопросов.

Критерии оценки фронтального опроса:

- Содержание ответа соответствует заданному вопросу
- Полнота и развернутость ответа
- Четкость и точность формулировок при ответе на вопрос
- Речевая грамотность

Содержание ответов при фронтальном опросе оценивается шкале «зачтено-незачтено»:

- «Зачтено»- ответ точный, полный, содержательный, стилистически грамотный, соответствует поставленному вопросу;
- «Незачтено» - ответ на вопрос отсутствует, либо его содержание не раскрывает поставленного вопроса;

Темы рефератов по курсу:

Загрузить выполненное задание в ЭУК в LMS Moodle

1. Паблик рилейшнз в практике социальной работы: возможности использования и проблемы.
2. Основные направления развития современной ПР-деятельности.
3. Использование интернет-технологий в паблик рилейшнз.
4. Специфика использования ПР в организациях социальной сферы.
5. ПР-службы как инновационные структуры организации: функции и задачи.
6. Медiateксты и их особенности.
7. Медиамероприятия и специфика их организации.
8. Роль ПР в продвижении услуг организаций социальной сферы.
9. Особенности ПР в социальной работе.
10. История развития паблик рилейшнз в России.
11. Современное состояние паблик рилейшнз в России.
12. Планирование и основные этапы ПР-деятельности.
13. Социальная реклама: понятие, цели и задачи.
14. Основные функции социальной рекламы в социальной работе.
15. Интернет-технологии паблик рилейшнз в социальной

работе.

Требования к реферату:

1. Объем – 20 -25стр.
2. Простой план, не менее 3 параграфов. Обязательно наличие введения и заключения. Во введении кратко: актуальность темы, цели и задачи работы. В заключении: четкие выводы по каждому пункту работы.
3. Оформление по ГОСТу (Times New Roman кегль 14, интервал 1,5, отступы: слева 3 см., снизу и сверху 2 см., справа 1,5 см. Каждый параграф начинается с новой страницы.).
4. Список литературы не менее 10 источников. Обязательно использование статей и монографий за последние 2-3 года.
5. Обязательны сноски
6. самостоятельное выполнение работы (работы, скачанные из интернета, не принимаются) – см.: [www. antiplagiat.ru](http://www.antiplagiat.ru)
7. Работы направляются на электронную почту преподавателя.

Критерии оценки реферативной работы:

- Оригинальность и самостоятельность работы;
- Соответствие правилам оформления и подготовки реферата;
- Содержание, раскрытие заявленной темы;
- Грамотность и четкость изложения;

Реферативная работа является допуском к экзамену.

Содержание задания оценивается по шкале «зачтено-незачтено»:

- «Зачтено»- задание является оригинальным, содержательным, грамотно выполненным;
- «Незачтено» - задание выполнено несамостоятельно, отсутствует оригинальность, необходимые структурные элементы, выполнено не в полном объеме;

Требования по составлению конспекта (для заочной формы обучения):

1. Определите цель составления конспекта.
2. Читая изучаемый материал в первый раз, разделите его на основные смысловые части, выделите главные мысли, сформулируйте выводы.
3. При составлении плана - конспекта, сформулируйте названия пунктов и определите информацию, которую следует включить в план-конспект для раскрытия пунктов плана.
4. Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат.
5. Включайте в конспект не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры.
6. Составляя конспект, записывайте отдельные слова сокращённо, выписывайте только ключевые слова, делайте ссылки на страницы конспектируемой работы, применяйте условные обозначения.
7. Для того, чтобы форма конспекта отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками», подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

8. Отмечайте непонятные места, новые слова, имена, даты.
9. При конспектировании старайтесь выразить авторскую мысль своими словами.

Критерии оценки конспекта (выполненное задание оценивается по шкале «зачтено-незачтено»):

- «Зачтено»– выставляется студенту, если демонстрируются полнота использования учебного материала, логика изложения (наличие схем, количество смысловых связей между понятиями), наглядность (наличие рисунков, символов и пр.; аккуратность выполнения, читаемость конспекта, грамотность (терминологическая и орфографическая), опорные сигналы – слова, словосочетания, символы, самостоятельность при составлении.

- «Незачтено» - выставляется студенту, если демонстрируются неполное использование учебного материала, отсутствуют смысловые связи между понятиями, отсутствует наглядность (наличие рисунков, символов, и пр.), аккуратность выполнения, читаемость конспекта, допущены ошибки терминологические и орфографические, отсутствуют опорные сигналы – слова, словосочетания, символы, несамостоятельность при составлении.

Вопросы к зачету по дисциплине «Public Relations в социальной работе»

1. Определения PR.
2. Принципы и функции PR
3. Содержание, предназначение, цели PR
4. Средства и методы PR
5. Сферы действия PR
6. PR в социальной сфере (основные понятия, задачи, особенности, аудитория)
7. Этапы развития PR в России
8. PR как технология социальной работы
9. Социальная ответственность бизнеса
10. Структура рынка PR
11. Основные направления деятельности PR агентств
12. Контроль и социальный контроль в системе PR
13. Алгоритм работы PR специалиста с группами общественности
14. Общественное мнение в сфере PR. История изучения общественного мнения.
15. Организации, исследующие общественное мнение в России
16. Структура и стадии функционирования общественного мнения
17. Факторы, формирующие общественное мнение. Функции ОМ
18. Организация. Внутренняя и внешняя среда организации
19. Основные направления PR деятельности организаций социальной сферы в России
20. Технологии работы PR специалиста со СМИ
21. Составление пресс-релиза организации
22. Виды пресс-релизов
23. Организация пресс-конференций как одно из направлений деятельности PR специалиста
24. Организация интервью
25. Основные этапы PR деятельности в организациях социальной сферы
26. Социальная реклама в PR-деятельности организаций социальной сферы
27. Цели, задачи и функции социальной рекламы

Зачет проводится в устной форме, студент отвечает на один случайно выбранный

вопрос. В общей оценке учитываются результаты текущей аттестации.

Приложение №2 к рабочей программе дисциплины «Public Relations в социальной работе»

Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Основной формой изложения учебного материала по дисциплине «Public Relations в социальной работе» являются лекции. Студентам необходимо вести конспектирование учебного материала, обращая внимание на ключевые понятия и формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Конспектирование позволяет систематизировать и глубже усваивать излагаемый на лекциях материал, а также повторить пройденную информацию перед текущим контролем. Перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам или проконсультироваться с преподавателем.

Успешное овладение дисциплиной предполагает выполнение ряда рекомендаций.

1. При прохождении курса учебной дисциплины «Public Relations в социальной работе» студенты обязаны:

- систематически посещать учебные (теоретические и практические) занятия по предмету в дни и часы, предусмотренные учебным расписанием;
- выполнять необходимые контрольные мероприятия для определения уровня освоения теоретического материала;
- активно овладевать знаниями по основам теории и методики дисциплины, используя специальную литературу;
- заниматься на учебных практических занятиях и выполнять соответствующие задания по совершенствованию практических навыков.

2. Студентам следует внимательно изучить материалы, характеризующие курс «Public Relations в социальной работе» и определяющие целевую установку. Это поможет четко представить круг изучаемых проблем и глубину их постижения.

Необходимо знать подборку литературы, достаточную и необходимую для изучения предлагаемого курса. При этом следует иметь в виду, что нужна литература различных видов:

- а) учебники, учебные и учебно-методические пособия.
- б) монографии, сборники научных статей, публикаций в гуманитарных журналах, представляющие эмпирический материал, а также многообразные аспекты анализа современного развития общества;
- в) справочная литература – энциклопедии, словари, раскрывающие категориально-понятийный аппарат.
- г) аналитические материалы, представленные ведущими экспертными организациями

3. Изучая литературу, следует уяснить основное содержание той или иной социальной проблемы, причины ее возникновения и последствия для общества.

В процессе обучения требуемый учебный материал студенты получают на лекциях по установленному регламенту, а также при самостоятельном изучении предлагаемой им литературы по данной дисциплине

4. Практические занятия, проходят в форме обсуждения пройденного материала, представления сообщений, выполнения письменных заданий, фронтальных опросов. Также на практических занятиях осуществляется текущий контроль освоения материала.

Студентам следует до практического занятия проработать теоретический материал, соответствующий теме занятия, в ходе практического занятия давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов. Фронтальный групповой опрос проводится в устной форме по теме занятия (в соответствии с программой дисциплины и охватывает всех

присутствующих на занятии студентов. Вопросы задаются преподавателем по примерному перечню вопросов для фронтальных вопросов.

Для самостоятельной работы особенно рекомендуется использовать учебную литературу, с подробно изложенными темами рабочей программы:

Также для подбора учебной литературы рекомендуется использовать интернет-ресурсы:

1. Электронная библиотечная система «Юрайт» (<https://www.biblio-online.ru/>) - виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по экономическим, юридическим, гуманитарным, инженерно-техническим и естественно-научным направлениям и специальностям.

Для самостоятельного подбора литературы в библиотеке ЯрГУ рекомендуется использовать:

1. Личный кабинет (http://lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_login.php) дает возможность получения on-line доступа к списку выданной в автоматизированном режиме литературы, просмотра и копирования электронных версий изданий сотрудников университета (учеб. и метод. пособия, тексты лекций и т.д.) Для работы в «Личном кабинете» необходимо зайти на сайт Научной библиотеки ЯрГУ с любой точки, имеющей доступ в Internet, в пункт меню «Электронный каталог»; пройти процедуру авторизации, выбрав вкладку «Авторизация», и заполнить представленные поля информации.

2. Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ
(http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php) содержит более 2500 полных текстов учебных и учебно-методических материалов по основным изучаемым дисциплинам, изданных в университете. Доступ в сети университета, либо по логину/пароллю.

3. Электронная картотека «Книгообеспеченность»
(http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_bookreq_find.php) раскрывает учебный фонд научной библиотеки ЯрГУ, предоставляет оперативную информацию о состоянии книгообеспеченности дисциплин основной и дополнительной литературой, а также цикла дисциплин и специальностей. Электронная картотека «Книгообеспеченность» доступна в сети университета и через Личный кабинет.