

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Смоленский государственный университет»

Кафедра социальной работы

*«Утверждаю»*  
И.о. проректора по учебной работе  
\_\_\_\_\_ Ю.А. Устименко  
«21» сентября 2017 г.

**Рабочая программа дисциплины  
Б1.В.ДВ.3.2 «PR-технологии в социальной работе»**

Направление подготовки: 39.03.02 Социальная работа  
Профиль: Социальная работа в государственных и негосударственных организациях  
Форма обучения – заочная  
Курс – 4  
Семестр – 8  
Всего зачётных единиц – 3, часов – 108  
Лекции – 4 часов  
Практические занятия – 6 часов  
Самостоятельная работа – 98 часов  
Форма отчетности: зачёт – 8 семестр

Программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению подготовки  
39.03.02 «Социальная работа»

Программу разработал:  
кандидат психологических наук, доцент Кремень Ф.М.

Одобрена на заседании кафедры социальной работы  
«14» сентября 2017 г., протокол № 1

Смоленск  
2017

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.3.2 «PR-технологии в социальной работе» входит в вариативную часть дисциплин по выбору ОП по направлению подготовки 39.03.02 «Социальная работа». Цель курса – способствовать формированию целостных представлений о сущности и значении связей с общественностью в развитии современного информационного общества, о возможности и необходимости использования основных положений и технологий PR в решении социальных и профессиональных задач

Усвоению курса предшествует изучение дисциплин базовой части: «Психология», «Социология», «Русский язык и культура речи», «Социальная политика» и дисциплин вариативной части: «Коммуникативная техника в социальной работе». В свою очередь изучение курса может быть полезным для изучения дисциплин «Технологии социальной работы с различными группами населения», «Социальная защита населения», «Основы технологии социального прогнозирования и проектирования», а также прохождения производственной практики в организации.

### 1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ОПК -1 способность осознавать социальную значимость своей будущей профессии;

ОПК -7 способность обеспечивать высокий уровень социальной культуры профессиональной деятельности и соблюдать профессионально-этические требования в процессе ее осуществления;

ПК -2 способностью к выбору, разработке и эффективной реализации социальных технологий и технологий социальной работы, направленных на обеспечение прав человека в сфере социальной защиты.

**В результате освоения дисциплины студент должен**

**Знать:** о теоретических основах PR-деятельности в социальной работе; об эффективных технологиях и приемах взаимодействия с различными СМИ, спонсорами и волонтерами.

**Уметь:** осуществлять деятельность по планированию PR-кампании с учетом социальных условий региона и конкретных социозащитных учреждений; осуществлять деятельность по планированию PR-кампании конкретного социозащитного учреждений

**Владеть:** навыками самостоятельного поиска информации в СМИ различного вида; навыками самостоятельной работы с источниками, проведения оценки творческих информационных продуктов по дисциплине; приемами составления PR-документов (пресс-релизов, писем спонсору и т.д.).

## 3. Содержание дисциплины

### Раздел 1. Теоретические основы осуществления PR-деятельности в социальной работе

#### Тема 1. Public Relations: сущность, история.

Понятие и сущность PR. Альтруистический, компромиссный, прагматический, инструментальный, коммуникационный подходы к определению PR. Направления PR. Паблсити.

История развития PR в США, Европе, России. Этапы развития PR.

Закрытая общественность. Открытая общественность. Мнение. Общественное мнение. Социальный стереотип. Особенности формирования общественного мнения.

Пять стадий процесса формирования общественного мнения.

### **Тема 2. Концепция PR в социальной работе.**

Актуальность, цели, внутренние и внешние задачи PR-деятельности в социальной работе. Принципы связей с общественностью. Социальногуманистическая, консультативно-методическая, организационно-технологическая, аналитико-прогностическая, информационно-коммуникативная функции PR-деятельности в социальной работе. Принципиальная модель организации PR.

Правовые основы PR-деятельности: ФЗ «О рекламе», «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «О средствах массовой информации» и др.

## **Раздел 2. Технологии взаимодействия со СМИ**

### **Тема 3. Технологии взаимодействия с печатными СМИ**

Основные средства распространения информации. Пресса как средство массовой информации. Классификации газет. Журналистика.

Правила успешного взаимодействия с печатными СМИ. Информация об изданиях. правила установления контакта с журналистами. плюсы постоянного общения пресс-службы с журналистами.

Информационные печатные материалы PR: бэкграундеры, ньюз-релизы (пресс-релиз), медиакиты, занимательные статьи (фитче) кейс-истории, именные (авторские) статьи, обзорные статьи, заявления, факт-листы.

Шесть видов пресс-релизов. Составление пресс-релиза. Схема пирамидальной формы построения сообщения.

### **Тема 4. Технологии взаимодействия с радио и телевидением**

Радио как средство массовой информации. Телевидение как средство массовой информации. Этапы развития телевидения в России. Классификации телевидения. Чувственная информация. Социальная информация.

Особенности взаимодействия с телевидением и радио. Жанры информационной публицистики: репортажи, интервью, заметки, отчеты, выступления. Жанры аналитической и художественной публицистики: беседы, обозрения, комментарии, корреспонденцию, очерки, зарисовки, эссе.

Фильм и аудиовизуальные средства в PR: видео-ньюз-релизы, спутниковые медиа-туры, видеоконференции, оптические диски. Технология создания фильма

## **Раздел 3. Технологии взаимодействия с обществом**

### **Тема 5. Элементы PR-воздействия на общественность**

Фирменный стиль и его элементы: товарный знак, фирменная шрифтовая надпись (логотип), фирменный блок, фирменный лозунг (слоган), фирменный цвет, фирменный комплект шрифтов, другие фирменные константы. Носители элементов фирменного стиля.

Специальные мероприятия PR для внешней общественности: презентации, конференции, круглые столы, дни открытых дверей, выставки.

Имидж специалистов по социальной работе. Три составляющие имиджа. Персональный PR руководителя.

### **Тема 6. PR-кампания в социальной работе**

Определение PR-кампании. Классификации массовых кампаний по типам модификации поведения граждан в желаемом направлении, способу воздействия, способу выражения, времени, интенсивности. Формула RACE.

Технология планирования и организации PR-кампании социальной службой или

НКО. Разработка медиа-плана. Способы оценки результатов PR-кампании.

Рекомендации по проведению PR-кампании. Организационное консультирование. Формирование концепции PR-кампании. Основные статьи расходов на проведение PR-кампании. «Сверхзадача» PR- кампании. Коммуникационной программа. Каналы массовой коммуникации. Способы получения «обратной связи».

#### **Тема 7. PR-технологии в привлечении волонтеров и инвестиций**

Фандрайзинг как система совокупных форм сбора финансовых средств. Основные статьи финансирования в России. Источники финансирования. Спонсорство и спонсоринг. Мотивы спонсирования.

Алгоритм планирования фандрайзинговой компании. Спонсорский пакет. Документы, входящие в спонсорский пакет. Письмо-запрос. Формы письма-запроса.

Грант. Размещение информации о грантах. Требования к оформлению гранта.

Волонтерство. Привлечение волонтеров к проведению фандрайзинговой компании. Этапы работы с волонтерами. мотивы волонтеров. Карточка волонтера. Правила работы с волонтерами.

### **4. Тематический план**

№ п/п	Разделы и темы	Всего часов	Формы занятий		
			лекции	практ. занятия	самостоят. работа
1	Public Relations: сущность, история	13	1		12
2	Концепция PR в социальной работе	13	1		12
3	Технологии взаимодействия с печатными СМИ	15		1	14
4	Технологии взаимодействия с радио и телевидением	15		1	14
5	Элементы PR-воздействия на общественность	16		2	14
6	PR-кампания в социальной работе	16	2		14
7	PR-технологии в привлечении волонтеров и инвестиций	16		2	14
	Подготовка к зачету	4			4
<b>ИТОГО</b>		<b>108</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>98</b>

### **5. Виды учебной деятельности**

#### **Лекции**

#### **Лекция 1. Public Relations: сущность, история. Концепция PR в социальной работе.**

1. Подходы к определению PR.
2. История развития PR в разных странах.
3. Актуальность, цели и задачи, функции PR-деятельности в социальной работе.
4. Правовые основы PR-деятельности.

#### **Лекция 2. PR-кампания в социальной работе.**

1. PR-кампания: определение и классификация. Формула RACE.
2. Технология планирования и организации PR-кампании социальной службой или НКО.
3. Рекомендации по проведению PR-кампании.

## Практические занятия

### Занятие 1. Технологии взаимодействия с печатными СМИ.

1. Основные средства распространения информации:
  - Пресса как средство массовой информации.
  - Радио как средство массовой информации.
  - Телевидение как средство массовой информации.
2. Правила успешного взаимодействия с печатными СМИ.
3. Разновидности печатных материалов PR.
4. Жанры публицистики, используемые в PR

### Занятие 2. Элементы PR-воздействия на общественность и их использование в социальной работе.

1. Понятие фирменного стиля и его элементы (товарный знак, логотип, фирменный блок, слоган, фирменный цвет и другие фирменные константы).
2. Специальные мероприятия PR (презентации, конференции, круглые столы, дни открытых дверей, выставки) и возможности их проведения в учреждениях социальной сферы.
3. Имидж специалистов по социальной работе.

### Занятие 3. Технология планирования и организации PR-кампании в социозащитных учреждениях и организациях.

1. Рекомендации по проведению PR-кампании.
2. Формирование концепции PR-кампании. Разработка медиа-плана.
3. Основные статьи расходов на проведение PR-кампании.
4. Коммуникационная программа. Каналы массовой коммуникации.
5. Способы получения «обратной связи». Способы оценки результатов PR-кампании.

## Задания для самостоятельной работы

### Тема 1. Public Relations: сущность, история.

1. Заполните таблицу «Подходы к определению PR»

Название подхода	Сущность подхода	Определение PR
Альтруистический		
Компромиссный		
Прагматический		
Инструментальный		
Коммуникационный		

2. Представьте в виде алгоритма стадии процесса формирования общественного мнения.

### Тема 2. Концепция PR в социальной работе

1. Напишите эссе по одной из тем:

«Актуальность PR-деятельности в современной социальной работе»

«PR-деятельность как инструмент развития социальной работы в России»

«PR-деятельность как инструмент развития социальной работы в Смоленской области»

«Внутренние и внешние задачи PR-деятельности в социальной работе»

2. Заполните таблицу «Функции PR-деятельности в социальной работе»

Название функции	Содержание	Пример
Социально-гуманистическая		
Консультативно-методическая		

Организационно-технологическая		
Аналитико-прогностическая		
Информационно-коммуникативная		

### **Тема 3. Технологии взаимодействия с печатными СМИ**

1. На примере конкретного PR-обращения учреждения социозащитной сферы (подобрать в печатных СМИ, лучше региональных) проанализировать его распространение по схеме «PR-заказчик – PR-агентство – PR-обращение – каналы коммуникации – барьеры»
2. Подобрать примеры на каждый вид печатного материала PR, (если возможно в рамках одной PR-компании):
  - бэкграундер
  - ньюс-релиз (пресс-релиз)
  - медиа-кит
  - фитче
  - кейс-история
  - именная (авторская) статья
  - обзорная статья
  - заявление
  - факт-лист
  - биография
  - интервью
3. Составить пресс-релиз от лица группы или кафедры социальной работы (мероприятие на выбор). Представить его аудитории.

### **Тема 4. Технологии взаимодействия с радио и телевидением**

1. Подберите по одной тематике (например, реализация мер по совершенствованию семейной политики) примеры радио- и телепублицистики разных жанров: информационной, аналитической и художественной разных форматов:
  - репортаж
  - заметка
  - отчет
  - выступление
  - обозрение
  - комментарий
  - корреспонденция
  - очерк
  - зарисовка
  - эссе.

Сравните их задачи, приемы воздействия на аудиторию, влияние на формирование общественного мнения.

### **Тема 5. Элементы PR-воздействия на общественность**

1. Проанализируйте фирменный стиль любого (на выбор) социозащитного учреждения города Смоленска. Определите все ли элементы фирменного стиля разработаны? Предложите собственный вариант нового или доработанного фирменного стиля данного учреждения. Оформите работу в виде презентации. Рекомендуется работа в микрогруппах.
2. Составьте рекомендации по формированию имиджа специалиста по социальной работе для конкретного (на выбор) социозащитного учреждения.

### **Тема 6. PR-кампания в социальной работе**

1. Составьте на основе использования формулы RACE план PR-кампании социальной службы или НКО.  
Формула RACE, применяется при планировании проектов и их оценке:

Research (исследование) Анализ, исследование и постановка задач.  
 Action (действие). Разработка программы проекта и его бюджета.  
 Communication (общение) Осуществление проекта через коммуникации.  
 Evaluation (оценка). Исследование результатов, оценка и возможные доработки.

На этапе *исследования* определяют:

- отношение целевой аудитории к объекту (товар, человек, организация);
- реальное состояние объекта;
- желаемое состояние объекта.

Этап *планирование* действия:

- концепция PR проекта;
- определяются технологии, подбор возможных акций;
- разрабатывается медиа-стратегия (медиа-политика);
- составляется план проведения PR кампании.

*Коммуникативный* этап:

- осуществление намеченных действий;
- регулярный мониторинг ситуаций;
- динамичная реакция на изменение ситуаций.

На протяжении выполнения каждого пункта, проводится *коррекция PR* стратегии.

### **Тема 7. PR-технологии в привлечении волонтеров и инвестиций**

1. Составьте план фандрайзинговой компании по сбору средств на конкретное мероприятие (по выбору). Подготовьте документы для спонсорского пакета.
2. Найдите в интернете информацию о грантодателях для различных организаций/мероприятий социального характера (например, фонд Тимченко, Православная инициатива и т.п.), составьте список, рассмотрите основные направления финансирования. Изучите требования к оформлению заявки, сравните: выделите общее и особенное.

### **6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной и текущей аттестации Критерии и показатели оценивания компетенций по дисциплине**

<b>компетенция</b>	<b>критерии</b>	<b>показатели (по уровням)</b>
<b>ОПК -1</b> способность осознавать социальную значимость своей будущей профессии	<b>Знаниевый</b>     <b>Деятельностный</b>	« <b>Не зачтено</b> » не обладает базовыми знаниями о теоретических основах PR-деятельности в социальной работе. « <b>Зачтено</b> » владеет базовыми знаниями о особенностях влияния СМИ на формирование общественного мнения.  « <b>Не зачтено</b> » не способен осуществлять деятельность по планированию PR-кампании с учетом социальных условий региона и конкретных социозащитных учреждений. « <b>Зачтено</b> » способен осуществлять деятельность по планированию PR-кампании с учетом социальных условий региона и конкретных социозащитных учреждений.
<b>ОПК-7</b> способность обеспечивать высокий уровень социальной	<b>Знаниевый</b>	« <b>Не зачтено</b> » не обладает базовыми знаниями об эффективных технологиях и приемах взаимодействия с различными СМИ, спонсорами и волонтерами; знаниями о планировании PR-мероприятий и компаний.

культуры профессиональной деятельности и соблюдать профессионально-этические требования в процессе ее осуществления	<b>Деятельностный</b>	<p>«<b>Зачтено</b>» владеет базовыми знаниями об эффективных технологиях и приемах взаимодействия с различными СМИ, спонсорами и волонтерами; знаниями о планировании PR-мероприятий и компаний.</p> <p>«<b>Не зачтено</b>» не владеет навыками самостоятельного поиска информации; не владеет навыками самостоятельной работы с источниками, проведения оценки творческих информационных продуктов по дисциплине</p> <p>«<b>Зачтено</b>» владеет навыками самостоятельного поиска информации в СМИ различного вида; владеет навыками самостоятельной работы с источниками, проведения оценки творческих информационных продуктов по дисциплине.</p>
ПК -2 способностью к выбору, разработке и эффективной реализации социальных технологий и технологий социальной работы, направленных на обеспечение прав человека в сфере социальной защиты	<b>Знаниевый</b>  <b>Деятельностный</b>	<p>«<b>Не зачтено</b>» не обладает базовыми знаниями о технологиях планирования и организации PR-компаний.</p> <p>«<b>Зачтено</b>» владеет базовыми знаниями о технологиях планирования и организации PR-компаний</p> <p>«<b>Не зачтено</b>» не способен осуществлять деятельность по планированию PR-кампании конкретного социозащитного учреждений; владеет приемами составления PR-документов (пресс-релизов, писем спонсору и т.д.).</p> <p>«<b>Зачтено</b>» способен осуществлять деятельность по планированию PR-кампании конкретного социозащитного учреждений; владеет приемами составления PR-документов (пресс-релизов, писем спонсору и т.д.)</p>

### Оценочные средства (примеры)

Результаты оценки качества освоения дисциплины студентами отражены в нижеприведенных интегральных рейтинговых показателях.

Интегральные рейтинговые показатели формируются на основе суммирования оценки знаний студента по изучаемой дисциплине в течение семестра (блок 1), по итогам результатов самостоятельной работы (блок 2) и оценки социальных характеристик студента (блок 3). При этом устанавливаются следующие их параметры:

Процент, оценка (в баллах)	Описание параметра
<b>Блок 1. Оценка знаний студента в течение семестра</b>	
40% Отлично	Высокая активность на каждом практическом занятии (14). Содержание ответов основано на глубоком знании основной и дополнительной литературы. Ответы изложены логично, аргументировано, в полном объеме. Основные понятия, выводы и



	обобщения сформулированы определенно и доказательно.
30% Хорошо	Средняя активность на каждом практическом занятии или высокая активность не менее, чем на 9 занятиях из 14. Ответы основаны на твердом знании основной литературы (возможны недостатки в систематизации или в обобщении материала, неточности в выводах). Ответы показывают твердое знание основных положений учебной дисциплины. Теоретические знания увязаны с практической действительностью.
20% Удовлетворительно	Низкая активность на каждом практическом занятии (или высокая/средняя активность менее чем на 8 занятиях из 14). Ответы показывают значительные пробелы в усвоении материала. Изложение материала не систематизировано, выводы слабо аргументированы. В изложении и выводах допущены ошибки. Трудности в определении связи теоретических знаний с практической деятельностью.
Блок 2. Оценка знаний студента по итогам письменных работ и презентаций (выполнение заданий для самостоятельной работы)	
50% Отлично	Выполнены все задания по всем темам. Выполненные задания отличаются глубиной проработки, развернутым изложением, высоким качеством аргументации, творческим подходом, высокой мотивацией к профессиональной деятельности.
40% Хорошо	Выполнено 70% заданий. Выполненные задания характеризуются достаточной глубиной проработки, достаточным качеством аргументации, выполнением необходимых стандартных параметров, мотивацией к профессиональной деятельности
30% Удовлетворительно	Выполнено 50% заданий. Выполненные задания носят формальный характер, отличаются поверхностной аргументацией, низкой мотивацией к профессиональной деятельности.
Блок 3. Оценка социальных характеристик студента	
10% Отлично	Посещаемость занятий – систематическая. Работа над самостоятельными заданиями – активная. Своевременная сдача работ. Прилежание и трудолюбие – высокое. Общая эрудиция – высокая. Включенность в работу на занятии – постоянная
5% Хорошо	Посещаемость занятий – нерегулярная. Работа над самостоятельными заданиями – пассивная. Сдача работ несвоевременная. Прилежание и трудолюбие – на среднем уровне или эпизодическое. Общая эрудиция – средняя. Включенность в работу на занятии – непостоянная
3% Удовлетворительно	Посещаемость занятий – не посещает более половины занятий. Работа над самостоятельными заданиями – выполняет редко. Сдача работ несвоевременная или не осуществляется. Прилежание и трудолюбие – иногда. Общая эрудиция – ниже среднего. Включенность в работу на занятии – почти отсутствует

## Вопросы текущего контроля (блок 1)

1. Какое определение PR Вы считаете более полным? Почему?
2. Как осуществлялся процесс становления PR?
3. Как бы Вы оценили общественность России? Какие ее специфические особенности можно выделить?
4. В чем суть концепции общественного мнения? Раскройте ее содержание и факторы формирования.
5. Какие основные направления PR необходимо реализовывать в организациях социальной сферы? Почему?
6. Из каких основных блоков состоит принципиальная модель организации PR?
7. Какие принципы связей с общественностью являются на Ваш взгляд главными?
8. В чем заключаются функции PR?
9. Какими нормативно-правовыми документами нужно руководствоваться при проведении PR-деятельности?
10. В чем особенности прессы как средства массовой информации?
11. Какими правилами нужно руководствоваться при взаимодействии с печатными СМИ?
12. Что нужно знать об издании при организации PR-деятельности?
13. Какие материалы PR можно отнести к информационным печатным?
14. В чем особенности составления пресс-релиза?
15. В чем сущность пресс-клиппинга?
16. Что общего и в чем различия восприятия информации по радио и телевидению?
17. По каким признакам можно классифицировать современное телевидение?
18. Что можно отнести к жанрам информационной публицистики, аналитической публицистики, художественной публицистики? Вы чаще встречаете какие жанры?
19. Какие аудиовизуальные средства применяются в PR?
20. Какие этапы включает процесс создания фильма?
21. В чем отличия между видеофильмом и кинофильмом?
22. Что можно назвать фирменным стилем организации?
23. Из каких составных элементов складывается фирменный стиль?
24. Что является носителями фирменного стиля?
25. Из чего складывается имидж специалиста?
26. Зачем нужен персональный PR руководителя организации?
27. Как правильно организовать презентацию?
28. Что нужно учитывать при подготовке конференции?
29. В чем специфика работы «круглого стола»?
30. Как нужно проводить День открытых дверей?
31. Что учитывается при участии в выставке?
32. Чем PR-кампания отличается от PR-акции?
33. Какие выделяют классификации массовых кампаний?
34. Назовите шесть основных типов массовых компаний, направленных на модификацию поведения граждан в желаемом направлении?
35. Какие этапы включает в себя модель RACE?
36. Из каких ключевых этапов состоит PR-кампания? Что включает каждый из этих этапов?
37. За счет чего достигается гармоничное и точное взаимодействие внешних коммуникаций и внутренних отношений при организации PR-кампании?
38. Из каких этапов складывается организационное консультирование?
39. Как можно получить обратную связь от внешней аудитории?
40. Что такое фандрайзинг?

41. Что такое спонсоринг?
42. Какие виды спонсоров распространены сегодня?
43. Какие существуют мотивы у спонсоров для участия в благотворительной деятельности?
44. Какие выделяют этапы планирования фандрайзинговой компании?
45. Из каких документов состоит спонсорский пакет?
46. В чем заключается работа по получению гранта?
47. Что такое волонтерство?
48. Какие существуют мотивы участия в волонтерской работе?
49. Как грамотно выстроить отношения с волонтерами?

### **Примеры заданий для самостоятельной работы (блок 2)**

#### **Тема 1. Public Relations: сущность, история.**

Заполните таблицу «Подходы к определению PR»

Название подхода	Сущность подхода	Определение PR
Альтруистический		
Компромиссный		
Прагматический		
Инструментальный		
Коммуникационный		

Подготовьте презентацию по одной из тем:

«История развития PR в США»

«История развития PR в Европе»

«История развития PR в России»

Представьте в виде алгоритма стадии процесса формирования общественного мнения.

#### **Тема 2. Концепция PR в социальной работе**

Напишите эссе по одной из тем:

«Актуальность PR-деятельности в современной социальной работе»

«PR-деятельность как инструмент развития социальной работы в России»

«PR-деятельность как инструмент развития социальной работы в Смоленской области»

«Внутренние и внешние задачи PR-деятельности в социальной работе»

Заполните таблицу «Функции PR-деятельности в социальной работе»

Название функции	Содержание	Пример
Социально-гуманистическая		
Консультативно-методическая		
Организационно-технологическая		
Аналитико-прогностическая		
Информационно-коммуникативная		

#### **Тема 3. Технологии взаимодействия с печатными СМИ**

На примере конкретного PR-обращения учреждения социозащитной сферы (подобрать в печатных СМИ, лучше региональных) проанализировать его распространение по схеме «PR-заказчик – PR-агентство – PR-обращение – каналы коммуникации – барьеры»

Составить пресс-релиз от лица группы или кафедры социальной работы (мероприятие на выбор). Представить его аудитории.

#### **Тема 5. Элементы PR-воздействия на общественность**

Напишите эссе по теме «Проблемы формирования имиджа специалиста по

социальной работе».

Составьте рекомендации по формированию имиджа специалиста по социальной работе для конкретного (на выбор) социозащитного учреждения.

*При оценке эссе учитываются следующие критерии*

1. Знание и понимание теоретического материала: рассматриваемые понятия соответствуют теме, определяются четко и полно, приводятся соответствующие примеры.
2. Умение анализировать информацию: использование разнообразных логических приемов для анализа взаимосвязи понятий и явлений.
3. Построение суждений: выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией, логичность приведенных доказательств, общая форма изложения соответствует научному стилю.
4. Самостоятельность: приводятся различные точки зрения и их личная оценка, дается личная оценка проблеме.

*Критерии оценки презентации*

1. Содержание: презентация отражает выбранную тему, содержит актуальную, самостоятельно отобранную информацию, данные об источниках и Интернет-ресурсы.
2. Наглядность: использование средств наглядного представления информации (таблицы, схемы, графики и т. д.), наличие примеров и иллюстративного материала, который помогает наиболее полно раскрыть тему, не отвлекает от содержания.
3. Оформление: текст на слайде представляет собой опорный конспект (ключевые слова, маркированный или нумерованный список), без полных предложений; оформлены ссылки на все использованные источники; наиболее важная информация выделяется с помощью цвета, размера, эффектов анимации и т.д.; количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления; оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, текст легко читается, презентация не перегружена эффектами.
4. Выступление: свободное владение материалом, наличие контакта с аудиторией, содержательные и корректные ответы на вопросы и замечания аудитории

По итогам изучения дисциплины студент получает оценку согласно следующей таблицы:

Оценка	Рейтинговая оценка, %
Зачтено	60–100
Не зачтено	Менее 60

*При оценке эссе учитываются следующие критерии*

5. Знание и понимание теоретического материала: рассматриваемые понятия соответствуют теме, определяются четко и полно, приводятся соответствующие примеры.
6. Умение анализировать информацию: использование разнообразных логических приемов для анализа взаимосвязи понятий и явлений.
7. Построение суждений: выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией, логичность приведенных доказательств, общая форма изложения соответствует научному стилю.
8. Самостоятельность: приводятся различные точки зрения и их личная оценка, дается личная оценка проблеме.

*Критерии оценки презентации*

5. Содержание: презентация отражает выбранную тему, содержит актуальную, самостоятельно отобранную информацию, данные об источниках и Интернет-ресурсы.
6. Наглядность: использование средств наглядного представления информации (таблицы, схемы, графики и т. д.), наличие примеров и иллюстративного материала, который помогает наиболее полно раскрыть тему, не отвлекает от содержания.
7. Оформление: текст на слайде представляет собой опорный конспект (ключевые слова, маркированный или нумерованный список), без полных предложений; оформлены ссылки на все использованные источники; наиболее важная информация выделяется с помощью цвета, размера, эффектов анимации и т.д.; количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления; оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, текст легко читается, презентация не перегружена эффектами.
8. Выступление: свободное владение материалом, наличие контакта с аудиторией, содержательные и корректные ответы на вопросы и замечания аудитории

По итогам изучения дисциплины студент получает оценку согласно следующей таблицы:

Оценка	Рейтинговая оценка, %
Зачтено	60–100
Не зачтено	Менее 60

### Вопросы для текущего контроля

50. Какое определение PR Вы считаете более полным? Почему?
51. Как осуществлялся процесс становления PR?
52. Как бы Вы оценили общественность России? Какие ее специфические особенности можно выделить?
53. В чем суть концепции общественного мнения? Раскройте ее содержание и факторы формирования.
54. Какие основные направления PR необходимо реализовывать в организациях социальной сферы? Почему?
55. Из каких основных блоков состоит принципиальная модель организации PR?
56. Какие принципы связей с общественностью являются на Ваш взгляд главными?
57. В чем заключаются функции PR?
58. Какими нормативно-правовыми документами нужно руководствоваться при проведении PR-деятельности?
59. В чем особенности прессы как средства массовой информации?
60. Какими правилами нужно руководствоваться при взаимодействии с печатными СМИ?
61. Что нужно знать об издании при организации PR-деятельности?
62. Какие материалы PR можно отнести к информационным печатным?
63. В чем особенности составления пресс-релиза?
64. В чем сущность пресс-клиппинга?
65. Что общего и в чем различия восприятия информации по радио и телевидению?
66. По каким признакам можно классифицировать современное телевидение?
67. Что можно отнести к жанрам информационной публицистики, аналитической публицистики, художественной публицистики? Вы чаще встречаете какие жанры?

68. Какие аудиовизуальные средства применяются в PR?
69. Какие этапы включает процесс создания фильма?
70. В чем отличия между видеофильмом и кинофильмом?
71. Что можно назвать фирменным стилем организации?
72. Из каких составных элементов складывается фирменный стиль?
73. Что является носителями фирменного стиля?
74. Из чего складывается имидж специалиста?
75. Зачем нужен персональный PR руководителя организации?
76. Как правильно организовать презентацию?
77. Что нужно учитывать при подготовке конференции?
78. В чем специфика работы «круглого стола»?
79. Как нужно проводить День открытых дверей?
80. Что учитывается при участии в выставке?
81. Чем PR-кампания отличается от PR-акции?
82. Какие выделяют классификации массовых кампаний?
83. Назовите шесть основных типов массовых компаний, направленных на модификацию поведения граждан в желаемом направлении?
84. Какие этапы включает в себя модель RACE?
85. Из каких ключевых этапов состоит PR-кампания? Что включает каждый из этих этапов?
86. За счет чего достигается гармоничное и точное взаимодействие внешних коммуникаций и внутренних отношений при организации PR-кампании?
87. Из каких этапов складывается организационное консультирование?
88. Как можно получить обратную связь от внешней аудитории?
89. Что такое фандрайзинг?
90. Что такое спонсоринг?
91. Какие виды спонсоров распространены сегодня?
92. Какие существуют мотивы у спонсоров для участия в благотворительной деятельности?
93. Какие выделяют этапы планирования фандрайзинговой компании?
94. Из каких документов состоит спонсорский пакет?
95. В чем заключается работа по получению гранта?
96. Что такое волонтерство?
97. Какие существуют мотивы участия в волонтерской работе?
98. Как грамотно выстроить отношения с волонтерами?

*Результаты оценки качества освоения дисциплины студентами отражены в нижеприведенных интегральных рейтинговых показателях.*

Интегральные рейтинговые показатели формируются на основе суммирования оценки знаний студента по изучаемой дисциплине в течение семестра (блок 1), по итогам результатов самостоятельной работы (блок 2) и оценки социальных характеристик студента (блок 3). При этом устанавливаются следующие их параметры:

Процент, оценка (в баллах)	Описание параметра
<b>Блок 1. Оценка знаний студента в течение семестра</b>	
40% Отлично	Высокая активность на каждом занятии (5). Содержание ответов основано на глубоком знании основной и дополнительной литературы. Ответы изложены логично, аргументировано, в полном объеме. Основные понятия, выводы и обобщения сформулированы определенно и доказательно.
30% Хорошо	Средняя активность на каждом занятии или высокая активность не менее, чем на 3 занятиях из 5.

	<p>Ответы основаны на твердом знании основной литературы (возможны недостатки в систематизации или в обобщении материала, неточности в выводах).</p> <p>Ответы показывают твердое знание основных положений учебной дисциплины.</p> <p>Теоретические знания увязаны с практической действительностью.</p>
20% Удовлетворительно	<p>Низкая активность на каждом практическом занятии (или высокая/средняя активность менее чем на 2 занятиях из 5).</p> <p>Ответы показывают значительные пробелы в усвоении материала. Изложение материала не систематизировано, выводы слабо аргументированы.</p> <p>В изложении и выводах допущены ошибки.</p> <p>Трудности в определении связи теоретических знаний с практической деятельностью.</p>
<p>Блок 2. Оценка знаний студента по итогам письменных работ и презентаций (выполнение заданий для самостоятельной работы)</p>	
50% Отлично	<p>Выполнены все задания по всем темам.</p> <p>Выполненные задания отличаются глубиной проработки, развернутым изложением, высоким качеством аргументации, творческим подходом, высокой мотивацией к профессиональной деятельности.</p>
40% Хорошо	<p>Выполнено 70% заданий.</p> <p>Выполненные задания характеризуются достаточной глубиной проработки, достаточным качеством аргументации, выполнением необходимых стандартных параметров, мотивацией к профессиональной деятельности</p>
30% Удовлетворительно	<p>Выполнено 50% заданий.</p> <p>Выполненные задания носят формальный характер, отличаются поверхностной аргументацией, низкой мотивацией к профессиональной деятельности.</p>
<p>Блок 3. Оценка социальных характеристик студента</p>	
10% Отлично	<p>Посещаемость занятий – систематическая.</p> <p>Работа над самостоятельными заданиями – активная.</p> <p>Своевременная сдача работ.</p> <p>Прилежание и трудолюбие – высокое.</p> <p>Общая эрудиция – высокая.</p> <p>Включенность в работу на занятии – постоянная</p>
5% Хорошо	<p>Посещаемость занятий – нерегулярная.</p> <p>Работа над самостоятельными заданиями – пассивная.</p> <p>Сдача работ несвоевременная.</p> <p>Прилежание и трудолюбие – на среднем уровне или эпизодическое.</p> <p>Общая эрудиция – средняя.</p> <p>Включенность в работу на занятии – непостоянная</p>
3% Удовлетворительно	<p>Посещаемость занятий – не посещает более половины занятий.</p> <p>Работа над самостоятельными заданиями – выполняет редко.</p> <p>Сдача работ несвоевременная или не осуществляется.</p> <p>Прилежание и трудолюбие – иногда.</p> <p>Общая эрудиция – ниже среднего.</p> <p>Включенность в работу на занятии – почти отсутствует</p>

По итогам изучения дисциплины студент получает оценку согласно следующей таблицы:

Оценка	Рейтинговая оценка, %
Зачтено	60–100
Не зачтено	Менее 60

## 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### Основная литература

1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 267 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04736-3. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1](http://www.biblio-online.ru/book/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1).
2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 337 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D](http://www.biblio-online.ru/book/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D).
3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 159 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4](http://www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4).
4. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник для студентов вузов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. — 2-е изд.— М.: Инфра-М, 2014 .— 327 с.

### Дополнительная литература

1. Бануляк Н. А. Службы по связям с общественностью в органах государственной власти / Н. А. Бануляк // Социология власти. — 2011 .— № 5 .— С. 165-171.
2. Вылегжанин Д.А. Теория и практика паблик рилейшенз [Электронный курс]: учеб.пособие / Д.А. Вылегжанин. – 3-е изд. – М.: ФЛИНТА, 2012. – 371 с.
3. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама: Теория и практика : учеб. пособие для студентов / Г. Г. Николайшвили .— М.: Аспект Пресс, 2008. — 191 с.
4. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью: практикум : учеб. пособие / Э. В. Кондратьев; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. агентство по образованию. — 2-е изд. — М.: Академический Проект, 2008. — 192 с.
5. Лысыкова О.В. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере : учеб. пособие / О. В. Лысыкова, Н. П. Лысыкова; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. — М.: Моск. психол.-соц. ин-т ; Воронеж : МОДЭК, 2006 .— 168 с.
6. Мандель Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учеб. пособие / Б. Р. Мандель. — М.: Вузовский учебник : Инфра-М, 2010. — 203 с
7. Пономарев Н.Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты : учебное пособие для студ. вузов / Н. Ф. Пономарев. — СПб: Питер, 2008 .— 208 с .
8. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 223 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-534-04832-2. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/7AA929FE-5967-4DE2-8103-EF8E8C4DC51B](http://www.biblio-online.ru/book/7AA929FE-5967-4DE2-8103-EF8E8C4DC51B)
9. Савостина Н. Ю. Коммуникационные стратегии: взаимодействие СМИ и бизнеса в реализации социальных проектов / Н. Ю. Савостина // Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика. — 2010 .— № 4 .— С.200-206 .
10. Филатова О.Г. Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества: учебное пособие. - СПб.: НИУ ИТМО, 2013. [Электронный ресурс]: <http://window.edu.ru/resource/421/80421/files/itmo1370.pdf>



11. Чумиков А.Н. Кейсы и деловые игры по связям с общественностью : учебное пособие / А. Н. Чумиков .— М.: Кнорус, 2010 .— 152 с.

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**  
(Электронные библиотеки, профессиональные базы данных, информационные справочные системы и т.п.)

1. Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ»: <http://biblio-online.ru/>. Договор № 3074 от 15.11.2017, ежегодное обновление
2. [http://www.pr-club.com/pr\\_lib](http://www.pr-club.com/pr_lib) библиотека PR-клуба
3. <http://www.socreklama.ru/> - портал информационно-аналитического агентства «Социальная реклама.ру»

### **8. Перечень информационных технологий**

Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-2016), Лицензия 66920993 от 24.05.2016, до 31.05.2018

Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-2016), Лицензия 66975477 от 03.06.2016, до 30.06.2018

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный, Лицензия 1FB6151216081242, ежегодное обновление

### **9. Материально-техническая база**

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: стандартная учебная мебель (24 учебных посадочных места), стол и стул для преподавателя – по 1 шт., кафедра для лектора – 1 шт., доска настенная трехэлементная – 1 шт.

Помещение для самостоятельной работы (библиотека СмолГУ): читальный зал библиотеки

Учебная мебель (100 посадочных мест), компьютеры – 2 шт.; отдел электронных ресурсов библиотеки: учебная мебель (15 посадочных мест), компьютерный класс с выходом в сеть Интернет (12 компьютеров)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 03B6A3C600B7ADA9B742A1E041DE7D81B0  
Владелец: Артеменков Михаил Николаевич  
Действителен: с 04.10.2021 до 07.10.2022