-

_____

2020

Рабочая программа дисциплины
Б1.О.29 Связи с общественностью и социальная реклама в социальной работе

2

4

108

4

8 1

2020

1. Место дисциплины в структуре ОП

.

-

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

ОПК-1.	**Знать:** - **Уметь:** - **Владеть:**

	-
ОПК-3.	**Знать:** **Уметь** **Владеть**
ПК-4.	**Знать:** **Уметь:** - . **Владеть:**

3. Содержание дисциплины

PR. PR. PR.

-

-

- -

- -

-

-

:

PR. с

-

-

- -

.

.

4. Тематический план

1	PublicRelations:	14	1		2

2		14	1	2	4
3	PR		2	2	4
4		16	1	4	10
5	c	16	1	2	10
6	-	16		2	10
7	PR-	16	2	2	10
8	PR-	16		2	10
9		8	2	2	4
10		12		2	8
11				2	
12			1	2	
13			1	2	
14			1	2	
15			1	2	
16			2	2	
		108	16	34	58

5. Виды образовательной деятельности

Занятия лекционного типа

Лекция 1. PublicRelations: сущность, история. Концепция PR в социальной работе.

1. PR.
2.
3. -
4. -

Лекция 2. PR

1. -
2.
3.
4. .

Лекция 3. Взаимодействие со СМИ

1.
2.
3. PR.
4.
5.

6.

Лекция 4. PR-кампания в социальной работе.

1. PR-
2. -

3. -

Лекция 5.Особенности рекламной деятельности в сфере социальной рекламы.

1.
2.

Лекция 6. Заказчики социальной рекламы. Планирование социальной рекламной кампании.

1. .
-

Лекция 7. Проектирование социальной рекламы. Эффект и эффективность социальной рекламы.

1. .

3.
4.
5.

Лекция 8.Психологические аспекты социальной рекламы.

1. .
2. .
3.

.

Занятия семинарского типа (практические занятия)

Занятие 1. Концепция PR в социальной работе.

1. PR-

2.
3. PR- -
- -
- -

4. PR.
5. PR-

Занятие 2. Технологии взаимодействия с печатными СМИ

1.

–
–
–

2.

Занятие 3.Информационные печатные материалы PR.

1. PR:

–
– - -
–
–
– -
–
–

–
– -
2. -
– -
– -

Занятие 4. Технологии взаимодействия срадио и телевидением
1.
2.
3.
4.
5. PR.

Занятие 5. Элементы PR-воздействия на общественность и их использование в социальной работе.
1.

2.

3.
4.

Занятие 6,7. Технология планирования и организации PR-кампании в социозащитных учреждениях и организациях.
1. -
2.
3. -
4. -
5. -
6. -
7.
8.
9. -

Занятие 8. PR-технологии в привлечении инвестиций.
1.
2.
3.
4.

Занятие 9. PR-технологии в привлечении волонтеров и инвестиций.
1.
2.
3.

Занятие 10.Основные исторические этапы развития социальной рекламы за рубежом и в России.
Вопросы для рассмотрения:
1. .
2.
1.
2.

5.

Занятие 11.Аудитория социальной рекламы.
Вопросы для рассмотрения:
1.
2.
3.

Занятие 12. Заказчики социальной рекламы
Вопросы для рассмотрения:
1.

2.

3.

4.

Занятие 13. Планирование социальной рекламной кампании.
Вопросы для рассмотрения:

Занятие 14,15. Проектирование социальной рекламы: дизайн, визуализация и вербальная составляющая социальной рекламы.
Вопросы для рассмотрения:

1.
2.
3.
4. -
5.
6.
7.

Тема 16.Психологические аспекты социальной рекламы
Вопросы для рассмотрения:

Тема 17.Эффект и эффективность социальной рекламы.
Вопросы для рассмотрения:
1.
2.
3.

Самостоятельная работа

Тема 1. PublicRelations: сущность, история.
1. PR

		PR

2.

3.

Тема 2. Концепция PR в социальной работе

1.
PR-
PR-
PR-

-

2. PR-

-		
-		
-		
-		
-		

Тема 3. Законодательные и этические основы деятельности в сфере связей с общественностьюсоциальной рекламы.

1.

2.

Тема 4. Технологии взаимодействия с печатными СМИ

1. PR-

PR- PR- PR-

2. PR
PR-

–
– - -
– -
–
– -
–
–
–
– -
–
–

3. -

Тема 5. Технологии взаимодействия с радио и телевидением

1.

-

:

–
–
–
–
–
–
–
–
–
–

2. PR-

Тема 6. Элементы PR-воздействия на общественность

1.

2.

Тема 7. PR-кампания в социальной работе

1. -

Communication

-
-
-

Тема 11.Аудитория социальной рекламы.

-
-
-
-

Тема 12. Заказчики социальной рекламы
1.

2.

Тема 13. Планирование социальной рекламной кампании.

Тема 14. Проектирование социальной рекламы: дизайн, визуализация и

Тема 15.Эффект и эффективность социальной рекламы.

-

:

-
21- -
41- -
61- -
81- -

	-	

	15	
	5	
	20	
	20	
	10	
6.	10	
	10	
	10	

Тема 16.Психологические аспекты социальной рекламы

6. Критерии оценивания результатов освоения дисциплины (модуля)

	3-5			
	5-10			
	1-2			

1. :

-

-

-

1.

-

2.

3.

4.

0- -
4- -
5- -

40%	17).
30%	.
20%	

	)
50%	
40%	
30%	
10%	
5%	
3%	. .

	60 100

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

7.1. Основная литература

1. :

2020. 267 ISBN 978-5-534-04736-3.

2. /
2-
2020. 155 ISBN 978-5-534-12757-7.

3. :
2020. 250
ISBN 978-5-534-13625-8.

7.2. Дополнительная литература

1.
- 2016 . -103
2.
2007 . - -143.
3.
2020. 140 ISBN 978-5-534-12509-2.

4.
462 ISBN 978-5-534-12811-6.
URL: https://urait.ru/bcode/448344

5. /
393 ISBN 978-5-534-00765-7.

6.
- - - -

7.
2-
109
ISBN 978-5-534-09415-2.
10.2020).

8.
-21.

9.
. 384
ISBN 978-5-9916-7095-1.

04.10.2020).
10.

11.

-55.
12. -

2008 .
13. - /
2- :
294 ISBN 978-5-
534-12233-6. URL:

14.

2010 . -
206 .
15. PR-
159
ISBN 978-5-534-04084-5.

04.10.2020).
16.
2007 . -
39
17.
. 2012 . -168 .
18.
2009 . -
31 .
19. -
-

20. -
-

21.

7.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. http://www.pr-club.com/pr_lib PR-
2. http://www.socreklama.ru/ - -

8. Материально-техническое обеспечение

30

,

Acer	Kraftway	Canon	1
InFokus		SMARTBoard	1

9. Программноеобеспечение

Лицензионноепрограммноеобеспечение

Dr.WebServer/DesktopSecuritySuite, EE4E-QN5S-6FG2-N76B,

Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-2016), 66920993 24.05.2016, .

Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-2016), 66975477 03.06.2016, .

Электронные библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

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