

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«21» 02 2023 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.03.02** Связи с общественностью в молодежных организациях

Учебный план: 2023-2024 39.03.02 ИЭСТ СРсМ ОО №1-1-30.plx

Кафедра: **42** Социальной работы и права

Направление подготовки:  
(специальность) 39.03.02 Социальная работа

Профиль подготовки: Социальная работа с молодежью  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
7	УП	17	34	56,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	
Итого	УП	17	34	56,75	0,25	3	
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 39.03.02 Социальная работа, утверждённым приказом Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 76

Составитель (и):

кандидат технических наук, Старший преподаватель

\_\_\_\_\_

Анцупова А.С.

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой социальной работы и права

\_\_\_\_\_

Ковалева Галина  
Викторовна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Ковалева Галина  
Викторовна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области связи с общественностью в молодежных организациях, а также формирование способности обучающегося организовывать и реализовывать связи с общественностью в молодежных организациях.

### 1.2 Задачи дисциплины:

- дать основные представления о связях с общественностью;
- сформировать представление о теории и практике функционирования института Паблик рилейшнз, принципах, закономерностях, и его роли в социально-экономическом и политическом развитии общества;
- сформировать представления о специфике, целях, формах и содержании связей с общественностью в молодежных организациях;
- сформировать навыки формирования PR-технологий в социальной сфере, разработки проектов, PR-кампаний в области развития и поддержки молодежи.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Молодежные субкультуры

Правовое обеспечение профессиональной деятельности

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПК-5: Способен к обеспечению и защите личных неимущественных прав несовершеннолетних</b>
<b>Знать:</b> основы взаимодействия молодежных организаций с потенциальными инвесторами для привлечения разнообразных ресурсов в социальной сфере и сфере государственной молодежной политики
<b>Уметь:</b> разрабатывать и планировать работу молодежных организаций по вопросам привлечения ресурсов для решения социальных проблем и проблем молодежи
<b>Владеть:</b> технологиями проведения мероприятий разного уровня по привлечению средств и ресурсов для решения проблем в социальной сфере и сфере государственной молодежной политики
<b>ПК-6: Способен к обеспечению и защите имущественных прав несовершеннолетних</b>
<b>Знать:</b> теоретические основы связей с общественностью, основные технологии связей с общественностью
<b>Уметь:</b> применять технологии рекламы и связей с общественностью в реализации ГМП, осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью
<b>Владеть:</b> навыками работы с внешними организациями, навыками работы с современными методами и технологиями рекламы и связей с общественностью

## 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Связи с общественностью: специфика и содержание деятельности	7					Т

<p>Тема 1. Связи с общественностью как профессия и социальный институт</p> <p>История появления и развития связей с общественностью. Экономические, политические, идеологические и социальные факторы возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса «публик рилейшнз». Становление PR как науки и учебной дисциплины. Связи с общественностью как социальный институт: специфика, задачи, направления деятельности. Службы по связям с общественностью. Интегративные функции специалиста по PR, его статус и роль в организации. Нормы международного права о связях с общественностью. Российское законодательство о PR- деятельности. Законодательные и другие нормативные документы для осуществления связи с молодежными организациями, оказывающими помощь гражданам и их поддержку в трудных жизненных ситуациях</p> <p>Семинар "Связи с общественностью как профессия и социальный институт "</p>	3	6	9		
<p>Тема 2. Сущность и содержание связей с общественностью</p> <p>Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Место связей с общественностью в повседневной жизни. Принципы и функции связей с общественностью. Связи с общественностью и близкая к ним деятельность (пресс-посредничество, продвижение (промоушн), общественные дела, публицити, реклама, маркетинг, торговля). Роль СО в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Общественное мнение и способы воздействия на него. Формирование имиджа в Public Relations</p> <p>Семинар "Сущность и содержание связей с общественностью "</p>	3	6	9	ГД	

<p>Тема 3. Технологии в связях с общественностью          Бизнес PR-технологии. Репутационный капитал. Фирменный стиль и дизайн. Фирменные PR -акции. Политические PR-технологии. Этапы развития политических PR-технологий. Современные избирательные технологии связей с общественностью. Социальные PR-технологии. Долгосрочные социальные программы. Социальный PR в сфере молодежной политики. Социальный PR в сфере культуры. Процедурные PR-технологии: фасилитация, медиация, проведение собраний и др.</p> <p>Семинар "Технологии в связях с общественностью "</p>	3	6	9		
<p>Раздел 2. Особенности связей с общественностью в молодежных организациях</p>					
<p>Тема 4. Теоретические основы и роль связей с общественностью в молодежных организациях          Специфика деятельности молодежных организаций. Классификация молодежных организаций. Роль связей с общественностью в в молодежных организациях. Цели и задачи связей с общественностью в контексте деятельности молодежных организаций. Специфика связей с общественностью в молодежных организациях. Соотношение понятий и функций: связей с общественностью и реклама, связей с общественностью и пропаганда, связей с общественностью и маркетинг. Основные профессиональные термины и понятия.</p> <p>Семинар "Теоретические основы и роль связей с общественностью в молодежных организациях"</p>	3	6	8,5	АС	Т

<p>Тема 5. Особенности реализации PR-технологий в деятельности молодежных организаций</p> <p>Специфика молодежи как целевой аудитории. Специалист по связям с общественностью в молодежных организациях: цели и направления деятельности. PR-стратегии в молодежных организациях. Особенности организации и реализации PR-кампаний в молодежных организациях. Современные PR-технологии, применяемые для продвижения молодежных организаций и привлечения к их деятельности молодой аудитории. Понятие спонсоринга, фандрайзинга. Благотворительность – как возможный вид PR-деятельности. Целевые мероприятия по привлечению средств. Гранты.</p> <p>Семинар "Особенности реализации PR-технологий в деятельности молодежных организаций"</p>	3	5	11		
<p>Тема 6. Управление процессом связями с общественностью в молодежных организациях</p> <p>Теория управления публичными реляциями в молодежных организациях. Составляющие процесса управления и его специфика в молодежных организациях. Первый этап: определение проблемы в сфере публичных реляций. Формулировка проблемы. Способы изучения и анализа ситуации текущих ситуаций. Второй этап: планирование и программирование. Способы стратегического планирования. Заявление о миссии. Целевое планирование. Создание PR-программы. Третий этап: действия и коммуникация. Деятельная составляющая реализации программы. Коммуникационная составляющая реализации программы. Составление сообщения (пресс-релиза). Надежность источников информации. Использование неконтролируемых и контролируемых средств коммуникации. Принцип эффективной коммуникации. Четвертый этап: оценка программы. Составляющие процесса оценочного исследования. Подготовка критериев оценки PR-программы. Оценка хода реализации PR-программы. Оценка результатов выполнения PR-программы. Интерпретация результатов оценки PR- программы.</p> <p>Семинар "Управление процессом связями с общественностью в молодежных организациях"</p>	2	5	10,25		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	17	34	56,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			

<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		51,25	56,75		
---	--	-------	-------	--	--

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

##### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-5	<p>Рассказывает о современных PR- технологиях, применяемых для продвижения молодежных организаций и привлечения к их деятельности молодой аудитории. Раскрывает понятие спонсоринга, фандрайзинга; благотворительность – как возможный вид PR-деятельности; определяет целевые мероприятия по привлечению средств, гранты.</p> <p>Планирует работу молодежных организаций по вопросам привлечения ресурсов для решения социальных проблем и проблем молодежи</p> <p>Разрабатывает PR-стратегии в молодежных организациях для проведения мероприятий по привлечению средств и ресурсов для решения проблем в социальной сфере и сфере государственной молодежной политики</p>	<p>Вопросы для устного контроля.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Практико-ориентированные задания</p>
ПК-6	<p>Излагает теоретические основы и роль связей с общественностью в молодежных организациях; цели и задачи связей с общественностью</p> <p>Составляет план по организации и реализации PR-кампаний в молодежных организациях.</p> <p>Демонстрирует навыки работы с современными PR- технологиями, применяемые для продвижения молодежных организаций и привлечения к их деятельности молодой аудитории.</p>	<p>Вопросы для устного контроля.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Практико-ориентированные задания.</p>

##### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	<p>Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.</p> <p>Практическое задание, анализ ситуации профессиональной деятельности выполнены в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; в ответе грамотно и аргументировано использованы теоретические знания, выполнены все выводы.</p>	
Не зачтено	<p>Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины.</p> <p>Многочисленные грубые ошибки.</p> <p>Практическое задание, анализ ситуации профессиональной деятельности выполнены частично, без правильных выводов, допущены ошибки.</p>	

##### 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

##### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 7	

1	Понятие и специфика спонсоринга, фандрайзинга.
2	Специфика связей с общественностью в молодежных организациях
3	Правовое и обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью
4	Теоретические основы и роль связей с общественностью в молодежных организациях
5	Цели и задачи связей с общественностью
6	Связи с общественностью: многообразие определений и понятий
7	Факторы возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса «публик рилейшнз».
8	Основные профессиональные термины и понятия.
9	Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность.
10	Принципы и основные направления услуг в области связей с общественностью
11	Управление процессом связями с общественностью в молодежных организациях
12	Формирование имиджа в Public Relations
13	Технологии в связях с общественностью.
14	Роль связей с общественностью в в молодежных организациях.
15	Цели и задачи связей с общественностью в контексте деятельности молодежных организаций.
16	Соотношение понятий и функций: связей с общественностью и реклама, связей с общественностью и пропаганда, связей с общественностью и маркетинг.
17	PR-стратегии в молодежных организациях.
18	Особенности организации и реализации PR-кампаний в молодежных организациях.
19	Современные PR-технологии, применяемые для продвижения молодежных организаций и привлечения к их деятельности молодой аудитории.
20	Общественное мнение и способы воздействия на него.
21	Формирование имиджа в Pablic Relations

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Дерево целей» - это:

- а) схема, отражающая многоуровневый механизм проведения какой-либо акции;
- б) иллюстрация к стратегическому плану развития;
- в) информационно-справочный материал для СМИ.

2. PR - это:

- а) неукоснительное соблюдение общественных нравственных норм.
- б) планируемые усилия, направленные на возникновение понимания и доброжелательности между организацией и ее общественностью.
- в) составляющая рекламной деятельности, реклама престижа

3. Специальное событие - это мероприятие, проводимое компанией в целях ...

- а) сбора дополнительных средств
- б) проведения маркетинговых исследований
- в) укрепления корпоративного духа
- г) привлечения внимания к самой компании

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1) Раскройте современные подходы осуществления взаимодействия с молодежными организациями.

2) Проанализируйте роль молодежных организаций в современном мире и раскройте правовые основы регулирования отношений с молодежными организациями. Обоснуйте свой ответ.

3) Предложите план по привлечению ресурсов для решения социальных проблем и проблем молодежи. Обоснуйте свой ответ.

### 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

#### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  +  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине



- При проведении зачета студентам предоставляется возможность выбора вопроса.
- Во время проведения зачета студентам воспрещается использовать материалы с информационной и справочно-познавательной информацией по соответствующему предмету.
- Время подготовки устанавливается согласно с требованиями преподавателя и составляет 30-40 минут.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Чилинбир, Е. Ю.	Реклама и связи с общественностью: введение в профессию	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/95336.html">http://www.iprbookshop.ru/95336.html</a>
Воеводина Е.В. сост.	Социология массовых коммуникаций: Практикум для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата)	Москва: Прометей	2020	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=367953">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=367953</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Сотников, Н. З.	Технологии управления персоналом в организации	Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»	2022	<a href="https://www.iprbookshop.ru/126992.html">https://www.iprbookshop.ru/126992.html</a>
Герман, Р. Э., Ануфриенко, И. А., Володькова, Е. Н., Клопихина, В. С., Немашкалов, П. Г., Новикова, О. Н.	Молодежные движения в современной России как агенты социализации и гражданско-патриотического воспитания	Ставрополь: Ставролит	2019	<a href="https://www.iprbookshop.ru/117388.html">https://www.iprbookshop.ru/117388.html</a>
Кардинская С. В. (ответственный)	Реклама и связи с общественностью. Коммуникации и технологии	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20209407">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20209407</a>

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Информационный ресурсный центр по научной и практической психологии «ПСИ-ФАКТОР» [Электронный ресурс]. URL: <http://psyfactor.org/>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

СПС КонсультантПлюс

### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска