

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

« 28 » июня 2022 года

Рабочая программа дисциплины

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

Учебный план: 2022-2023 39.03.02 ИЭСТ СРсМ ЗАО №1-3-30.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: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
4	УП	4	8	92	4	3	Зачет
	РПД	4	8	92	4	3	
Итого	УП	4	8	92	4	3	
	РПД	4	8	92	4	3	

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

Составитель (и):

Старший преподаватель

кандидат технических наук, Доцент

Кудрявцева М.В.

Ковалева Г.В.

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:

- Опыт деятельности молодежных организаций
- Правовое обеспечение профессиональной деятельности
- Молодежные субкультуры

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-5: Способен к обеспечению и защите личных неимущественных прав несовершеннолетних
Знать: основы взаимодействия молодежных организаций с потенциальными инвесторами для привлечения разнообразных ресурсов в социальной сфере и сфере государственной молодежной политики
Уметь: разрабатывать и планировать работу молодежных организаций по вопросам привлечения ресурсов для решения социальных проблем и проблем молодежи
Владеть: технологиями проведения мероприятий разного уровня по привлечению средств и ресурсов для решения проблем в социальной сфере и сфере государственной молодежной политики
ПК-6: Способен к обеспечению и защите имущественных прав несовершеннолетних
Знать: теоретические основы связей с общественностью, основные технологии связей с общественностью
Уметь: применять технологии рекламы и связей с общественностью в реализации ГМП, осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью
Владеть: 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
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Связи с общественностью: специфика и содержание деятельности	4				

<p>Тема 1. Связи с общественностью как профессия и социальный институт 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>		0,5	1	15	
<p>Тема 2. Сущность и содержание связей с общественностью 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>		0,5	1	17	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>		0,5	1	17	
--	--	-----	---	----	--

<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>	0,5	1	15	АС

<p>Тема 5. Особенности реализации PR-технологий в деятельности молодежных организаций 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>	1	2	14	
--	---	---	----	--

<p>Тема 6. Управление процессом связями с общественностью в молодежных организациях</p> <p>Теория управления паблик рилейшнз в молодежных организациях. Составляющие процесса управления и его специфика в молодежных организациях. Первый этап: определение проблемы в сфере паблик рилейшнз. 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>	1	2	14	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	4	8	92	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25			

Всего контактная работа и СР по дисциплине	12,25	92	
---	-------	----	--

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. 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
Курс 4	
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 Public 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

- В течение семестра выполняются контрольные работы
- 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
6.1.1 Основная учебная литература				

Чилингир, Е. Ю.	Реклама и связи с общественностью: введение в профессию	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/95336.html
Кузнецова, Е. В.	Связи с общественностью	Саратов: Вузовское образование	2017	https://www.iprbookshop.ru/61081.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Туголукова Е. Н.	Связи с общественностью. Организация и сопровождение пиар-кампании	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020315
Кузнецов П.А.	Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии	Москва: Дашков и К	2019	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=359621

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