

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

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

Учебный план: 2026-2027 39.03.02 ИЭСТ СРсМ ЗАО №1-3-186.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<br>(курс для ЗАО) |     | Контактная работа<br>обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоё<br>мкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|-----|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|
|                           |     | Лекции                           | Практ.<br>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 Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 76

Составитель (и):

Старший преподаватель

Кудрявцева М.В.

Кандидат технических наук, доцент

Ковалева Г.В.

От кафедры составителя:

Ковалева Галина

Заведующий кафедрой социальной работы и права

Викторовна

От выпускающей кафедры:

Ковалева Галина

Заведующий кафедрой

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 рилейнз, 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  
Волонтерство в молодежной среде  
Социология молодежи  
Социальная работа с молодежью  
Социальная работа в досуговой сфере

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| ПК-4: Способен осуществлять модернизацию и совершенствование реализации услуг (работ) в сфере молодежной политики                                                                                                                      |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>Знать:</b> теоретические основы связей с общественностью, основные технологии связей с общественностью; особенности взаимодействия молодежных организаций с субъектами социальной сферы и сферы государственной молодежной политики |  |
| <b>Уметь:</b> применять технологии рекламы и связей с общественностью в реализации ГМП, осуществлять выстраивание коммуникативных процессов в рамках связей с общественностью молодежных организаций                                   |  |
| <b>Владеть:</b> навыками работы молодежных организаций с внешними субъектами социальной сферы; навыками применения в деятельности молодежных организаций современных методов и технологий рекламы и связей с общественностью           |  |

## 3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Форма<br>текущего<br>контроля |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|-------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(часы) |              |                               |
| Раздел 1. Связи с общественностью: специфика и содержание деятельности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                           |                   |               |              |                               |
| Тема 1. Связи с общественностью как профессия и социальный институт<br><br>История появления и развития связей с общественностью. Экономические, политические, идеологические и социальные факторы возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса «публик рилейнз». 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<br>Семинар "Связи с общественностью как профессия и социальный институт " | 4                         | 0,5               | 1             | 15           | Т                             |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |     |   |    |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----|---|----|---|
| <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, паблисити, 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 |   |
| <p>Тема 3. Технологии в связях с общественностью</p> <p>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 |   |
| Раздел 2. Особенности связей с общественностью в молодежных организациях                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |     |   |    |   |
| <p>Тема 4. Теоретические основы и роль связей с общественностью в молодежных организациях</p> <p>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 | 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> |  | 1   | 2 | 14 |   |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |       |   |    |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------|---|----|--|
| <p>Тема 6. Управление процессом связями с общественностью в молодежных организациях</p> <p>Теория управления публичными релейшнз в молодежных организациях. Составляющие процесса управления и его специфика в молодежных организациях. Первый этап: определение проблемы в сфере публичных релейшнз. 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  |   |    |  |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  | 12,25 |   | 92 |  |

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

#### 6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

##### 6.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-4            | <p>Излагает общетеоретические основы взаимодействия с общественностью и основные технологии связей с общественностью. Показывает особенности взаимодействия молодежных организаций с субъектами социальной сферы и сферы государственной молодежной политики.</p> <p>Выбирает применение соответствующей технологии рекламы и пиар-деятельности в реализации ГМП. Выстраивает коммуникативные процессы в рамках связей с общественностью молодежных организаций.</p> <p>Выстраивает процесс взаимодействия молодежных организаций с внешними субъектами социальной сферы. Показывает современные методы технологий рекламы и пиара в деятельности молодежных организаций.</p> |

##### 6.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций                                                                                     |                   |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
|                  | Устное собеседование                                                                                                                 | Письменная работа |
| Зачтено          | Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, |                   |

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|            | оригинальный подход к материалу. 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.              |  |
| Не зачтено | Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Практическое задание, анализ ситуации профессиональной деятельности выполнены частично, без правильных выводов, допущены ошибки. |  |

### 6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

#### 6.3.1 Типовые контрольные вопросы

| № 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                                                                                                          |

#### 6.3.2 Типовые тестовые задания

1. Дерево целей» - это:
  - a) схема, отражающая многоуровневый механизм проведения какой-либо акции;
  - b) иллюстрация к стратегическому плану развития;
  - c) информационно-справочный материал для СМИ.
2. PR - это:
  - a) неукоснительное соблюдение общественных нравственных норм.
  - b) планируемые усилия, направленные на возникновение понимания и доброжелательности между организацией и ее общественностью.
  - c) составляющая рекламной деятельности, реклама престижа
3. Специальное событие - это мероприятие, проводимое компанией в целях ...
  - a) сбора дополнительных средств
  - b) проведения маркетинговых исследований
  - c) укрепления корпоративного духа
  - d) привлечения внимания к самой компании

### 6.3.3 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.

### 6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

#### 6.4.1 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»

#### 6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☒ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

#### 6.4.3 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.

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1 Учебная литература

| Автор                                            | Заглавие                                                 | Издательство                                                | Год издания | Ссылка                                                                                        |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>7.1.1 Основная учебная литература</b>         |                                                          |                                                             |             |                                                                                               |
| Терёшина, Н. В.                                  | Эффективность рекламной и PR деятельности                | Москва: Российский университет транспорта (МИИТ)            | 2021        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/122163.html">https://www.iprbooks.hop.ru/122163.html</a> |
| Гончаров, Н. В.,<br>Лященко, М. Н.               | Социология рекламы                                       | Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ | 2024        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/153087.html">https://www.iprbooks.hop.ru/153087.html</a> |
| <b>7.1.2 Дополнительная учебная литература</b>   |                                                          |                                                             |             |                                                                                               |
| Чилингир, 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>       |
| Тевлюкова, О. Ю.                                 | Социология рекламы                                       | Москва: Ай Пи Ар Медиа                                      | 2021        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/108251.html">https://www.iprbooks.hop.ru/108251.html</a> |
| Глазова, Л.,<br>Шестакова, И.,<br>Ермолаевой, Е. | Зачем пиарщику линейка? Советы по измерению коммуникаций | Москва: Альпина ПРО                                         | 2024        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/137899.html">https://www.iprbooks.hop.ru/137899.html</a> |

### 7.2 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/>

### 7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

СПС КонсультантПлюс

### 7.4 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                              |