



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИГО
Г.Е. Абрамзон

01.02.2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

PR-СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки (специальность)
39.03.02 Социальная работа

Направленность (профиль/специализация) программы
Технологии и практики социального развития и предпринимательства

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
очная

Институт/ факультет	Институт гуманитарного образования
Кафедра	Социальной работы и психолого-педагогического образования
Курс	3
Семестр	5

Магнитогорск
2022 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 39.03.02 Социальная работа (приказ Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 76)


Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического образования
26.01.2022, протокол № 7

Зав. кафедрой  Е.В. Олейник

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО
01.02.2022 г. протокол № 7

Председатель  Т.Е. Абрамзон

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры СРиППО, канд. социол. наук  А.В. Томаров

Рецензент:

зам. директора по социальным вопросам МУ «Комплексный центр социального обслуживания населения» Правобережного района г. Магнитогорска Челябинской области, канд. пед. наук  Н.Ю. Андрусyak



Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Е.В. Олейник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Е.В. Олейник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Е.В. Олейник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Е.В. Олейник

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Подготовка обучающихся, владеющих теоретическими и практическими знаниями в области современных PR технологий, ознакомление обучающихся со спецификой проведения PR кампаний в органах власти, а также рассмотрение закономерностей социального PR как особого вида коммуникации.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина PR-связи с общественностью входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Социология

Экономика

Введение в профессию

Социальное партнерство

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Прогнозирование, проектирование и моделирование в социальной работе и социального предпринимательства

Инновации в социальном предпринимательстве

Конфликтология в социальной работе

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «PR-связи с общественностью» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ПК-4	Способен планировать и осуществлять контроль деятельности подразделения по реализации индивидуальной программы предоставления социальных услуг
ПК-4.1	Определяет плановые цели и задачи подразделения (группы специалистов) и отдельных специалистов по социальной работе, определяет объем работы сотрудников и распределяет задания между ними
ПК-4.2	Контролирует выполнение плановых целей и деятельность специалистов по реализации индивидуальной программы предоставления социальных услуг
ПК-5	Способен прогнозировать и проектировать реализацию мер социальной поддержки и социального предпринимательства
ПК-5.1	Разрабатывает инструментарий и проводит мониторинг социальной ситуации для составления прогноза развития социального обслуживания и социальной поддержки
ПК-5.2	Разрабатывает социальные проекты по реализации социального обслуживания граждан, социального предпринимательства и профилактике обстоятельств, обуславливающих нуждаемость
ПК-5.3	Организует мероприятия по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социальных проектов и социального предпринимательства

2.1 Концепция, формат, рабочий план мероприятий и их дифференциация.	5	3		6	7	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы.	Решение тестов.	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-5.1, ПК-5.3
2.2 Планирование бюджета PR-акции и PR-кампании.		2		5	7	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы.	Устный опрос.	ПК-5.2, ПК-5.3
2.3 PR-действия в целях управления конфликтом.		1		5	4	Самостоятельное изучение учебной и научной литературы.	Решение тестов.	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
Итого по разделу		6		16	18			
Итого за семестр		18		36/14И	53		зачёт	
Итого по дисциплине		18		36/14И	53		зачет	

5 Образовательные технологии

Реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

При обучении студентов дисциплине следует осуществлять следующие образовательные технологии:

1. Традиционные образовательные технологии ориентируются на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к студенту (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения).

Формы учебных занятий с использованием традиционных технологий:

Информационная лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Практическое занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

2. Технологии проблемного обучения – организация образовательного процесса, которая предполагает постановку проблемных вопросов, создание учебных проблемных ситуаций для стимулирования активной познавательной деятельности студентов.

Формы учебных занятий с использованием технологий проблемного обучения:

Практическое занятие в форме практикума – организация учебной работы, направленная на решение комплексной учебно-познавательной задачи, требующей от студента применения как научно-теоретических знаний, так и практических навыков.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 267 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04736-3. – Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-438975#page/1

2. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 163 с. – (Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-07448-2. – Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-442202#page/1

3. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 366 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-04540-6. – Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-432100#page/1

б) Дополнительная литература:

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для

академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 337 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-433657#page/1

2. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/sovremennaya-press-sluzhba-447084#page/1

в) Методические указания:

Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 173 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-praktikum-441947#page/1

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7 Professional(для классов)	Д-1227-18 от 08.10.2018	11.10.2021
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: http://window.edu.ru/
Российская Государственная библиотека. Каталоги	https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp
Федеральный образовательный портал – Экономика. Социология. Менеджмент	http://ecsocman.hse.ru/
Университетская информационная система РОССИЯ	https://uisrussia.msu.ru

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации

2. Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации; комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.

3. Помещения для самостоятельной работы: обучающихся: персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета;

4. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Примерная структура и содержание раздела:

Аудиторная самостоятельная работа студентов предполагает выполнение практических работ.

Примерные аудиторские практические работы (АПР):

АПР № 1 «Сущность и особенности менеджмента общественных связей в социокультурной сфере».

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
 2. Доработать материалы лекции.
 3. Подготовиться к работе на лекции по теме 1. Повторить вопросы:
 1. Основные понятия публич рилейшенз рекламы.
 2. Публич рилейшенз и политическая реклама.
 3. Публич рилейшенз и массовое сознание.
 4. Публич рилейшенз и идеология, система ценностей.
 5. Публич рилейшенз и пропаганда.
 6. Публич рилейшенз и стратегия определенных политических сил.
- Быть готовым к обсуждению этих вопросов в ходе лекции.

АПР № 2 «Традиции в системе общественных отношений и пути их формирования. Место PR в различных коммуникационных системах».

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Подготовиться к работе на лекции по теме 2. Повторить вопросы:
 1. Мультимедийный продукт: этапы производства.
 2. Технологии и рынки мультимедиа в современном обществе.
 3. Новейшие информационные технологии как фактор развития общества.
 4. Интернет и демократизация информационных потоков в современном обществе.
 5. Государство и онлайн-технологии: стратегии взаимодействия.
 6. Информационная безопасность и развитие новейших мультимедиа.
 7. Интернет и традиционные СМИ: особенности взаимодействия.
 8. Роль Интернет в современном телевидении.
 9. Роль Интернет в современном радиовещании.
 10. Средства массовой коммуникации как инструмент воздействия на общественное мнение.

АПР №3 «Коммуникации на политическом рынке. Коммуникация на рынке товаров и услуг».

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
2. Доработать материалы лекции.
3. Повторить вопросы:
 1. Новейшие коммуникационные технологии и их интеграция в деятельность современного предприятия.
 2. Эффективные практики коммуникационного менеджмента.
 3. Внешнеполитический PR: особенности, технологии, тенденции .
 4. Имидж организации: формирование и продвижение.

5. Внутренний имидж организации: особенности и способы построения.

Быть готовым к обсуждению этих вопросов в ходе лекции.

АПР №4 «Понятие корпорации и корпоративного позиционирования. Конструирование корпоративного имиджа».

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.

2. Доработать материалы лекции.

3. Повторить вопросы:

1. Имидж организации: формирование и продвижение.

2. Внутренний имидж организации: особенности и способы построения.

3. Формирование имиджа города (территории).

4. Имидж личности: формирование и восприятие.

Быть готовым к обсуждению этих вопросов в ходе лекции.

АПР №5 «Планирование системы формальных идентификационных признаков (фирменный стиль). Корпоративные коммуникации и окружающее пространство: комплексные решения и органичные сочетания».

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.

2. Доработать материалы лекции.

3. Повторить вопросы:

1. Фирменный стиль в общем контексте деятельности PR-специалиста.

2. Минимальный пакет фирменного стиля. Носители фирменного стиля.

3. Примеры построения комплексных программ конструирования корпоративного имиджа.

Быть готовым к обсуждению этих вопросов.

АПР №6 «Концепция, формат, рабочий план мероприятий и их дифференциация. Планирование бюджета PR-акции и PR-кампании».

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.

2. Доработать материалы лекции.

3. Повторить вопросы:

1. История вопроса.

2. Принципы работы осуществления миссии. Видение плана. Ориентиры, меры по их реализации.

3. Решаемые задачи, формы работы. Зарубежный опыт: бюджет с позиций PR-агентства, бюджет с точки зрения внутрифирменного PR-отдела.

4. Российский опыт, стоимость PR-услуг на российском рынке.

5. Измерение эффективности PR-деятельности.

Быть готовым к обсуждению этих вопросов.

АПР №7 «Тендер: конкурс планов проведения PR-кампании. Информационно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях».

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.

2. Доработать материалы лекции.

3. Повторить вопросы:

1. Организация тендера. Тендерная документация. Оценка предложений.

2. Неформальные тендеры.

3. Кризис как чрезвычайное происшествие и подготовка к нему.

4. Работа с целевыми аудиториями в условиях ЧП. Правила поведения в кризисной ситуации и исключения из них.

5. Кризис как сигнал к изменению тактики PR-обеспечения бизнеса.

6. Версия – ключевой момент в нейтрализации последствий ЧП.
 7. Некоторые особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.
- Быть готовым к обсуждению этих вопросов.

АПР №8 «PR-действия в целях управления конфликтом. Технологические основы PR».

Задание для самостоятельной работы:

1. Изучить категориальный аппарат.
 2. Доработать материалы лекции.
 3. Повторить вопросы:
 1. Конфликт и «тлеющий» кризис – повседневная реальность.
 2. Комплексные циклы действий в конфликтной ситуации. Локальные приемы и механизмы управления конфликтами.
 3. СМИ как основной канал воздействия PR-технологий.
 4. СМИ как медиа-политическая система.
 5. СМИ с точки зрения их типологических особенностей и возможностей охвата целевых аудиторий. Радио. Печатные СМИ.
- Быть готовым к обсуждению этих вопросов.

Примерная тематика самостоятельной работы

1. Задачи и функции PR в современном обществе и рыночной экономике.
2. Специфика PR в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях, государственных учреждениях.
3. Основные этапы развития PR в России.
4. Виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
5. Кодекс профессиональных стандартов PRSA.
6. Декларация этических принципов PACO.
7. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность.
8. Коммуникация как социальное действие
9. Схема коммуникации К. Шеннона.
10. Роль социально-коммуникационных революций в развитии общества.
11. Основные теории массовых коммуникаций.
12. Технологии построения имиджей.
13. Концепция формирования брэнда.
14. Особенности рекламы на телевидении.
15. Особенности рекламы в печатных изданиях.
16. Основные характеристики и структура медиаплана.
17. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
18. СМИ как неотъемлемый элемент политических коммуникаций и их манипулятивные возможности.
19. Развитие служб по связям с общественности в современной России.
20. Структура и функции PR-службы (на примере).
21. Функции и задачи PR - специалиста.
22. Особенности связей с общественностью в государственных структурах.
23. Реалии и перспективы развития государственного рынка PR.
24. Специфика работы Студенческого совета вуза.
25. Правила написания грантовой заявки как технологии привлечения инвестиций.
26. Правила подготовки и распространения пресс-релиза.
27. Многотиражная газета как вид корпоративного документа.
28. Формы и средства бюджета при проведении PR-мероприятий.
29. Паблик рилейшнз: сущность понятия.

30. Комплексное рассмотрение состояния и развития связей с общественностью в политической сфере .
31. Сущность и условия использования связей с общественностью
32. Как, исходя из понимания всех элементов коммуникативного процесса, восстановить доверие общественных групп к организации в кризисной ситуации
33. Профессионализм специалиста по связям с общественностью
34. Методы публич рилейшнз
35. Определение PR как прикладной социальной науки
36. Организация и проведение работы по управлению общественными отношениями
37. Практика использования СМИ в связях с общественностью
38. Методы PR в межрегиональных отношениях
39. PR-технологии: методы, механизмы и инструментарий
40. PR-технологии в бизнесе: их роль и значение
41. Функционирование PR: технологии и разновидности, взаимодействие с обществом и со СМИ.
42. Репутация, имидж организации на рынке услуг.
43. Публич рилейшнз в концепции маркетинга.
44. Организационные формы управления публич рилейшнз (PR)

Тесты для самоконтроля:

1. Авторство термина «публич рилейшнз» принадлежит:
 - А) американскому президенту Аврааму Линкольну;
 - Б) американскому президенту Томасу Джефферсону;
 - В) американскому журналисту Айви Ли;
 - Г) одному из первых PR-профессионалов в Америке Эдварду Бернейзу.
2. Укажите дату государственной регистрации профессии PR-специалиста:
 - А) 28 июля 1994г.;
 - Б) 24 июня 2001г.;
 - В) 21 августа 1998г.;
 - Г) 28 июля 2004г.
3. Какого подхода к определению PR придерживался один из основателей этого вида деятельности Сэм Блэк?
 - А) компромиссный;
 - Б) прагматический;
 - В) альтруистический;
 - Г) коммуникационный.
4. Что является целью публич рилейшнз?
 - А) контроль общественного мнения;
 - Б) оптимизация информационных воздействий между субъектом и его целевыми группами;
 - В) создание информационных поводов;
 - Г) гармонизация взаимоотношений социального субъекта с его общественностью.
5. Что является объектом связей с общественностью?
 - А) общественное мнение;
 - Б) социальные общности, организации и институты;
 - В) информация;
 - Г) социальные технологии.
6. Public affairs – это:
 - А) работа по связям с государственными учреждениями и общественными организациями;
 - Б) управление корпоративным имиджем;
 - В) управление процессом адекватного восприятия аудиторией сообщения;
 - Г) построение отношений со СМИ.

7. В чем заключается сущностная основа различий управления в бизнесе и государственном секторе?

- А) в процессе принятия решений;
- Б) в содержании коммуникационной среды;
- В) в оценке эффективности управления;
- Г) в ресурсах.

8. Наиболее эффективный статус ПР-службы в административной системе:

- А) вспомогательная служба администрации;
- Б) главенствующая служба администрации;
- В) равноправный участник принятия и реализации управленческих решений;
- Г) техническая служба администрации.

9. Закончите фразу: «Самой эффективной является такая власть, которая получает...»

- А) наибольшую величину налогов и сборов;
- Б) свободное одобрение свободного человека;
- В) поддержку среднего класса;
- Г) наибольшее количество материалов в СМИ.

10) Что из перечисленного является характерным для государственных ПР?

- А) внешний характер ответственности;
- Б) предпринимательский успех;
- В) равноправное партнерство;
- Г) внутренний характер ответственности.

11. При каком американском президенте была создана первая служба коммуникации в Белом Доме?

- А) Томас Джефферсон;
- Б) Ричард Никсон;
- В) Джеральд Форд;
- Г) Билл Клинтон.

**Приложение 2.
Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
ПК-4 Способен планировать и осуществлять контроль деятельности подразделения по реализации индивидуальной программы предоставления социальных услуг		
ПК-4.1	Определяет плановые цели и задачи подразделения (группы специалистов) и отдельных специалистов по социальной работе, определяет объем работы сотрудников и распределяет задания между ними	<p>Вопросы для подготовки к зачету</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Информационно-коммуникационные PR- технологии. 2. История развития связей с общественностью. 3. Опросы и их значение. 4. Виды общественности. 5. Формирование общественного мнения в публичных релейшнз. 6. Вербальные и невербальные средства публичных релейшнз. 7. Право и правосознание PR-менеджера и его социальная ответственность. 8. Корпоративный имидж. 9. PR и журналистика. 10. Пресс-конференция. 11. Модели Интернет – присутствия. 12. Баннер и электронная почта как средства PR-кампании в Интернете. 13. Избирательные кампании. 14. PR-служба в коммерческой структуре. 15. Характеристика научных и социально-исторических предпосылок возникновения пиарологии. 16. Соотношение пиарологии с философией и социологией. 17. Типы исследований общественного мнения в PR. 18. Типы организационных структур управления и особенности публичных релейшнз в них. 19. Американское, Канадское и другие PR-организации. 20. Кодексы профессионального поведения российских PR-

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>организаций.</p> <p>21. PR-образования в США, Великобритании, Германии, Франции, России.</p> <p>22. Проблемы подготовки специалистов по связям общественностью в России.</p> <p>23. Содержание консалтинговой функции в профессиональной деятельности специалиста по публичным отношениям.</p>
ПК-4.2	Контролирует выполнение плановых целей и деятельность специалистов по реализации индивидуальной программы предоставления социальных услуг	<p><i>Практические задания:</i></p> <p>1. Найти различие между PR-деятельностью и рекламой, пропагандой, маркетингом; определить результат PR-деятельности.</p> <p>2. Составить текст PR- жанра</p> <p>3. Написать эссе о корпоративной культуре</p> <p>4. Раскрыть тему «Профессиональная этика российского специалиста по связям с общественностью.</p> <p>5. Сообщение: «Типология кодексов профессионального поведения в связях с общественностью».</p> <p>6. Классифицировать рекламу по разным параметрам: по типу целевой аудитории, по охватываемой территории, по средствам передачи, по функциям и целям и др.</p> <p>7. Охарактеризовать виды рекламы: местная реклама, корпоративная реклама, некоммерческая реклама, международная реклама, политическая реклама.</p> <p>8. Дать характеристику рекламы по каналам распространения (газетная, журнальная, телевизионная, радиореклама и др.). Выявление преимуществ и недостатков рекламоносителей.</p> <p>9. Практическое задание: классифицировать рекламу любой торговой марки по разным основаниям.</p>
ПК-5	Способен прогнозировать и проектировать реализацию мер социальной поддержки и социального предпринимательства	
ПК-5.1	Разрабатывает инструментарий и проводит	Практические задания:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
	мониторинг социальной ситуации для составления прогноза развития социального обслуживания и социальной поддержки	<ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовить доклад: «Проблема коммуникаций и современные информационные технологии в связях с общественностью». 2. Подготовить «пресс-релиз» с учетом требований информационной безопасности в сфере социальной работы. 3. Найти и проанализировать должностную инструкцию специалиста по связям с общественностью в сфере социальной работы
ПК-5.2	Разрабатывает социальные проекты по реализации социального обслуживания граждан, социального предпринимательства и профилактике обстоятельств, обуславливающих нуждаемость	<p style="text-align: center;"><i>Практические задания:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Найти различие между PR-деятельностью и рекламой, пропагандой, маркетингом; определить результат PR-деятельности. 2. Составить текст PR- жанра 3. Написать эссе о корпоративной культуре 4. Раскрыть тему «Профессиональная этика российского специалиста по связям с общественностью». 5. Сообщение: «Типология кодексов профессионального поведения в связях с общественностью». 6. Классифицировать рекламу по разным параметрам: по типу целевой аудитории, по охватываемой территории, по средствам передачи, по функциям и целям и др. 7. Охарактеризовать виды рекламы: местная реклама, корпоративная реклама, некоммерческая реклама, международная реклама, политическая реклама.
ПК-5.3	Организует мероприятия по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социальных проектов и	<p>Вопросы для подготовки к зачету</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Информационно-коммуникационные PR- технологии. 2. История развития связей с общественностью. 3. Опросы и их значение.

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
	социального предпринимательства	<ol style="list-style-type: none"> 4. Виды общественности. 5. Формирование общественного мнения в паблик рилейшнз. 6. Вербальные и невербальные средства паблик рилейшнз. 7. Право и правосознание PR-менеджера и его социальная ответственность. 8. Корпоративный имидж. 9. PR и журналистика. 10. Пресс-конференция. 11. Модели Интернет – присутствия. 12. Баннер и электронная почта как средства PR-кампании в Интернете. 13. Избирательные кампании. 14. PR-служба в коммерческой структуре. 15. Характеристика научных и социально-исторических предпосылок возникновения пиарлогии. 16. Соотношение пиарлогии с философией и социологией. 17. Типы исследований общественного мнения в PR. 18. Типы организационных структур управления и особенности паблик рилейшинз в них. 19. Американское, Канадское и другие PR-организации. 20. Кодексы профессионального поведения российских PR-организаций.