

**ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»**

Кафедра социальной работы



Рабочая программа дисциплины

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ

*основная профессиональная образовательная программа
высшего образования
по направлению подготовки 39.03.02 Социальная работа*

Одобрена на заседании
кафедры социальной работы
Протокол № 1 от 29.08.2018 г.
Зав. кафедрой: к.п.н. Т.В. Сурнина

Автор-составитель:
к.п.н. Н.А. Патутина

Москва, 2018 год

1. Цель, задачи и перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Цель: обеспечение достижения планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций выпускников) на этапе изучения дисциплины.

Задачами изучения дисциплины являются:

- систематизация теоретических знаний в области культуры труда руководителя социальной службы;
- овладение инструментарием управления, основанным на культуре труда руководителя;
- умение применять современные подходы менеджмента в соответствии с положениями культуры управления.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Планируемые результаты освоения образовательной программы (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОК-6 - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p>Знать: теоретические основы связей с общественностью как социального феномена, позволяющие организовывать работу в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</p> <p>Уметь: разрабатывать PR-программы в социальной работе с учетом толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий;</p> <p>Владеть: приемами и методами коммуникации в связях с общественностью, обеспечивающими успешную работу в коллективе на основе толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий</p>
ПК-11 - способностью к реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов	<p>Знать: основные аспекты стратегического планирования и реализации PR-программ в социальной работе, обеспечивающие реализацию маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов;</p> <p>Уметь: разрабатывать цели и задачи службы по связям с</p>

Планируемые результаты освоения образовательной программы (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
	<p>общественностью в социальной работе, лежащие в основе реализации маркетинговых технологий для формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов;</p> <p>Владеть:</p> <p>способами изучения и формирования общественного мнения в социальной работе как элементов реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов</p>

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО бакалавриата

Для направления подготовки 39.03.02 Социальная работа дисциплина «Связи с общественностью в социальной работе» входит в дисциплины по выбору вариативной части базовой части программы (Б1.В.1.ДВ.06.02). Содержание дисциплины имеет междисциплинарный характер, что обеспечивается тесными межпредметными связями с дисциплинами: «Роль некоммерческих организаций в социальной защите», «Фандрайзинг в социальных службах», «Психология социальной работы» и др. Дисциплина формирует у студентов теоретические знания и практические навыки в сфере связей с общественностью, углубляет и конкретизирует основные положения теории управления и менеджмента применительно к функции PR в социальных службах и занимает одно из ведущих мест в специальной подготовке студентов, обучающихся по данному направлению.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов).

№ п/п	Объём дисциплины	Всего часов	
		для очной формы обучения	для заочной формы обучения
1	Общая трудоемкость дисциплины¹	108	108
2	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)²:	54,25	16,25
2.1	Контактная работа при проведении аттестации ³	0,25	0,25
3	Аудиторная работа (всего)⁴:	54	16
3.1	Занятия лекционного типа	18	6
3.2	Занятия семинарского типа	36	10
4	Самостоятельная работа обучающихся (всего)⁵	53,75	88
4.1	Курсовая работа⁶	-	-
5	Вид промежуточной аттестации обучающегося⁷ (зачет с оценкой)	-	3,75

¹ для каждой формы обучения соответствует количеству часов из графы «Всего» учебного плана и должно быть равно сумме строк 2, 4, 4.1, 5

² для каждой формы обучения соответствует количеству часов из графы «Контакт.» учебного плана

³ для каждой формы обучения соответствует количеству часов из графы «КрАт» учебного плана

⁴ сумма строк 3.1, 3.2, где строка 3.1. - для каждой формы обучения соответствует количеству часов из графы «Лек.» учебного плана, строка 3.2. - для каждой формы обучения соответствует количеству часов из графы «Лаб /Пр.» учебного плана

⁵ для каждой формы обучения соответствует количеству часов из графы «СР» учебного плана

⁶ - для каждой формы обучения соответствует количеству часов из графы «КуР» учебного плана

⁷ для каждой формы обучения соответствует количеству часов из графы «Контроль» учебного плана

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

Очная форма обучения (срок обучения 4 года)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Общая трудоёмкость (часов) всего ¹	Контактная работа ²	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся по всем видам учебных занятий и трудоемкость (в часах)				
				Занятия лекционного типа/ И ³	Занятия семинарского типа/ И ³	Курсовая работа ⁴	Самостоятельная работа ⁵	Контроль ⁶
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Связи с общественностью (PR) как социальный феномен	13	7	2/0	5/1		6	
2.	Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR	13	7	2/0	5/1		6	
3.	Основы коммуникации в связях с общественностью	14	7	2/0	5/2		7	
4.	Характер, цели и задачи службы по связям с общественностью в социальной работе	14	7	2/0	5/2		7	
5.	Пресс-служба: структура и функции	13	6	2/0	4/2		7	
6.	Стратегическое планирование и реализация PR-программ в социальной работе	13	6	2/0	4/2		7	
7.	Изучение и формирование общественного мнения как функция PR- служб в социальной работе	14	7	3/0	4/2		7	
8.	Управление имиджем и репутацией в социальной работе	13,75	7	3/0	4/2		6,75	
	Форма промежуточной аттестации⁷ (зачет с оценкой)	0,25	0,25					
	Всего⁸:	108	54,25	18/0	36/14		53,75	

¹ по строкам, соответствующим разделам (темам) дисциплины, количество часов в графе 3 равно сумме граф 4 и 8

² по строкам, соответствующим разделам (темам) дисциплины, количество часов контактной работы равно сумме граф 5 и 6

³ в том числе – занятия, проводимые в интерактивных формах (И), количество часов в соответствии с учебным планом

⁴ в графе 7 указываются часы только в строках «Форма промежуточной аттестации» и «Всего» в соответствии с количеством часов в графе «КуР» учебного плана

⁵ количество часов в графе 8, указанных по строке «Всего» распределяется по строкам, соответствующим разделам (темам) дисциплины

⁶ в графе 9 указываются часы только в строках «Форма промежуточной аттестации» и «Всего» в соответствии с количеством часов в графе «Контроль» учебного плана

⁷ в графе 3 указывается сумма граф 4,7,9, где в графе 4 – количество часов из графы «КрАт» учебного плана, в графе 7 – количество часов из графы «КуР» учебного плана, в графе 9 – количество часов из графы «Контроль» учебного плана

⁸ количество часов по графам 3-9 в соответствии с графами в учебном плане, где графа 3 – «Всего», графа 4 – «Контакт.», графа 5 – «Лек», графа 6 – «Лаб»/«Пр», графа 7 – «КуР», графа 8 – «СР», графа 9 – «Контроль».

Заочная форма обучения (срок обучения 5 лет)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Общая трудоёмкость (часов) всего ¹	Контактная работа ²	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся по всем видам учебных занятий и трудоёмкость (в часах)				
				Занятия лекционного типа/ И ³	Занятия семинарского типа/ И ³	Курсовая работа ⁴	Самостоятельная работа ⁵	Контроль ⁶
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Связи с общественностью (PR) как социальный феномен	13	2	1/0	1/1		11	
2.	Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR	13	2	1/0	1/1		11	
3.	Основы коммуникации в связях с общественностью	13	2	1/0	1/1		11	
4.	Характер, цели и задачи службы по связям с общественностью в социальной работе	13	2	1/0	1/1		11	
5.	Пресс-служба: структура и функции	13	2	1/0	1/1		11	
6.	Стратегическое планирование и реализация PR-программ в социальной работе	13	2	1/0	1/1		11	
7.	Изучение и формирование общественного мнения как функция PR- служб в социальной работе	13	2		2/1		11	
8.	Управление имиджем и репутацией в социальной	13	2		2/1		11	

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Общая трудоёмкость (часов) всего ¹	Контактная работа ²	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся по всем видам учебных занятий и трудоёмкость (в часах)				
				Занятия лекционного типа/ И ³	Занятия семинарского типа/ И ³	Курсовая работа ⁴	Самостоятельная работа ⁵	Контроль ⁶
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	работе							
	Форма промежуточной аттестации⁷ (зачет с оценкой)	4	0,25					3,75
	Всего⁸:	108	16,25	6	10/8		88	3,75

Сноски те же.

4.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Связи с общественностью (PR) как социальный феномен	Предмет и объект учебной дисциплины. Соотношение понятий «связи с общественностью» и «коммуникация». Основные подходы к пониманию сущности PR. «Альтруистические», прагматические, инструментальные функциональные и другие определения PR. PR как искусство и наука, технология управления. Основные подходы к классификации функций PR. Сферы функционирования связей с общественностью. Принципы и этические проблемы PR. PR и другие виды коммуникативной деятельности (пропаганда, реклама, лоббирование, advocacy, publicity): сходства и отличия. Современные дискуссии о соотношении маркетинга и PR. Различие понятий “public relations”, “public affairs», “business communications». Дж. Грюниг о четырех моделях PR-коммуникаций: пресс-посредническая, информирование общественности, двухсторонняя асимметричная коммуникация, двухсторонняя симметричная коммуникация. Модифицированная модель Грюнига – Дрозье.
2	Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR	Ранние исторические формы коммуникаций. Зарождение политического, государственного и коммерческого PR. PR эпохи средневековья и Нового времени. Институционализация PR в начале XX в. Американский опыт развития PR. Вклад Айви Ли, Э. Бернайза, У. Липпманна в развитие теории и практики PR. Развитие государственного PR в США.

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
		<p>Роль Л. Бакстера, К. Уайтекера, Л. Гова, Т. Ривса в развитие политического PR и политического консультирования. Развитие национальных школ по связям с общественностью в Европе. Становление российского рынка PR-услуг в России. Российские центры политического консультирования.</p> <p>Современные тенденции развития PR. Национальные, региональные и международная ассоциации по связи с общественностью и их разработке этических профессиональных стандартов и популяризации PR.</p> <p>Международная ассоциация советников по политическим кампаниям.</p>
3	<p>Основы коммуникации в связях с общественностью</p>	<p>Определение коммуникации. Источники коммуникации. Цель коммуникации. Простейшая модель коммуникации. Главные компоненты коммуникации: содержание сообщения (послания), средство (канал) передачи сообщения (СМИ и естественная коммуникация).</p> <p>Кодирование/декодирование сообщения. Технологии кодирования информации в PR-практике. Обеспечение обратной связи как направления PR- деятельности.</p> <p>Механизм воздействия коммуникационного потока на поведение целевых групп. Факторы, определяющие эффективность PR-коммуникаций. Типология коммуникаций. Особенности использования различных видов коммуникации в PR: сильные и слабые стороны использования каждого вида средств коммуникаций в PR-кампаниях: печатные СМИ, телевидение и радио, телефон и сотовая связь, Интернет. Теории распространения информации в обществе: воздействие через лидеров общественного мнения; диффузная теория Э. Роджерса.</p>
4	<p>Характер, цели и задачи службы по связям с общественностью в социальной работе</p>	<p>Структурные подразделения службы связей с общественностью в социальных службах. Программно-целевой и линейный подходы к определению структуры службы связей с общественностью. Работа общественных приемных. Технологии обратной связи. Современные диалоговые формы коммуникации.</p> <p>Партнерство с общественными организациями.</p> <p>Нормативно-правовая база, обеспечивающая диалог и консультации на федеральном, региональном и местном уровне. Организационно-институциональные формы осуществления диалога и консультаций.</p> <p>Механизмы организации публичных консультаций с общественностью.</p>
5	<p>Пресс-служба: структура и функции</p>	<p>Задачи и функции пресс-служб. Формализация информации и ее систематизация в базе данных.</p> <p>Подготовка и распространение информации.</p> <p>Мониторинг СМИ и отслеживание обратной связи.</p> <p>База данных целевых СМИ.</p>

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
		<p>Правила поведения и общения с представителями СМИ. Основные формы работы со СМИ. Понятие информационного повода. Информационный доклад, политическое заявление, обращение, официальный ответ, комментарий, коммюнике, пресс-релиз, пресс-бюллетень. брифинг, пресс-конференция, пресс-туры, пресс-пулы, «круглый стол». Особенности PR-текстов и общие правила их подготовки. Подготовка публичных выступлений руководителя и культура их проведения. Выступления на радио и телевидении. Интервью в целях PR: интервью-мнение, интервью-беседа, интервью-воспоминание, PR-интервью, заочное и виртуальное интервью. Инициирование публикаций. Планирование деятельности пресс-службы и оценка эффективности ее деятельности.</p>
6	<p>Стратегическое планирование и реализация PR-программ в социальной работе</p>	<p>Стратегический потенциал PR. Модель стратегического PR-менеджмента Грюнига и Реппера. Модель RACE.</p> <p>Планирование PR-деятельности. Определение проблем. Методы ситуационного анализа в ПР-практике. Планирование и программирование PR-программы: Определение целей. Выделение целевых аудиторий. Планирование мер и тактики реализации PR-программы. Планирование бюджета программы, инвентаризация наличных ресурсов. Информационное, организационное и материально-техническое обеспечение программы. Исполнение PR-программы. Этапы и уровни оценки реализации PR-программы. Критерии и методы оценка эффективности PR-деятельности. Основные технологии реализации ПР-программы. Виды и формы специальных событий и мероприятий и их организация. Технологии проведения конкурсов, присуждений премий, награждений, поздравлений. Технологии создания и усиления новости. Производство смысловых и повествовательных новостей. Приемы торможения и ускорения новостей.</p> <p>Технологии лоббирования в сфере государственного власти и местного самоуправления. Поддержка спонсоринга и благотворительности.</p>
7	<p>Изучение и формирование общественного мнения как функция PR- служб в социальной работе</p>	<p>Массовое сознание. Общественное мнение: понятие и структура. Закономерности общественного мнения. Методы изучения общественного мнения. Технологии работы с обращениями граждан. Рассмотрение заявлений, обращений, жалоб. Формирование общественного мнения. Работа с лидерами общественного мнения. Типология лидеров мнений. Использование механизмов восприятия в процессе управления массовым сознанием и поведением. Установки, стереотипы и мифы в управлении</p>

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
		общественными настроениями. Конформизм и социальная идентификация как факторы управления общественным сознанием. Технологии воздействия на массовые эмоции. Технологии убеждающей коммуникации. Психологическое заражение. Алгоритм заражения. Виды и классификация внушения. Манипуляция общественным мнением и противодействие манипуляциям.
8	Управление имиджем и репутацией в социальной работе	Содержание понятия «имидж». Соотношение понятий «имидж» и «репутация», «имидж» и «образ», «имидж» и «стереотип». Брэнд-имидж. Функции и свойства имиджа. Основные типологии имиджа. Типы имиджа. Позитивный и негативный имидж. Текущий и желаемый имидж. Основные модели имиджа. Задачи и проблемы формирования имиджа органов власти и управления. Основные составляющие имиджа социальных служб и технологии его формирования. Стратегии защиты репутации и имиджа. Структура и слагаемые персонального имиджа лидера. Персональные, социальные и символические характеристики имиджа. «Ядро» имиджа, идеальный и реальный имидж. Основные факторы влияния на восприятия имиджа. Алгоритм формирования имиджа. Позиционирование, возвышение имиджа, мифологизация, эмоционализация, дистанцирование. Технологии продвижения и защиты имиджа. Слагаемые имиджа и репутации. Стратегии их формирования.

5. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем (при необходимости)

Для реализации предусмотренных видов учебной работы в качестве образовательных технологий используются информационные технологии:

- мультимедийное обучение (презентации, мультимедийные курсы);
- сетевые компьютерные технологии (Интернет, локальная сеть).

Программное обеспечение:

LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, Windows Media Player, WinRAR, Paint.Net

Профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- Правовая информационная база данных Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru/>
- Сайт Федеральной службы государственной статистики – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

Электронно-библиотечные системы:
 – Научная электронная библиотека elibrary.ru – Режим доступа: <https://elibrary.ru/>
 – ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю), текущего контроля и промежуточной аттестации

6.1. Содержание и трудоемкость самостоятельной работы по темам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид самостоятельной работы	Трудоемкость (в академических часах) очное обучение	Трудоемкость (в академических часах) заочное обучение
1	Связи с общественностью (PR) как социальный феномен	Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; проработка учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературе) и подготовка докладов на семинарах и практических занятиях, к участию в тематических дискуссиях и деловых играх	6	11
2	Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR	Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; проработка учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературе) и подготовка докладов на семинарах и практических занятиях, к участию в тематических дискуссиях и деловых играх	6	11
3	Основы коммуникации в связях с общественностью	Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; проработка учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературе) и подготовка докладов на семинарах и практических занятиях, к участию в тематических	7	11

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид самостоятельной работы	Трудоемкость (в академи- ческих часах) очное обучение	Трудоемкость (в академи- ческих часах) заочное обучение
		дискуссиях и деловых играх		
4	Характер, цели и задачи службы по связям с общественностью в социальной работе	Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; проработка учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературе) и подготовка докладов на семинарах и практических занятиях, к участию в тематических дискуссиях и деловых играх	7	11
5	Пресс-служба: структура и функции	Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; проработка учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературе) и подготовка докладов на семинарах и практических занятиях, к участию в тематических дискуссиях и деловых играх	7	11
6	Стратегическое планирование и реализация PR-программ в социальной работе	Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; проработка учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературе) и подготовка докладов на семинарах и практических занятиях, к участию в тематических дискуссиях и деловых играх	7	11
7	Изучение и формирование общественного мнения как функция PR-служб в социальной работе	Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; проработка учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературе) и подготовка докладов на семинарах и практических занятиях, к	7	11

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид самостоятельной работы	Трудоемкость (в академических часах) очное обучение	Трудоемкость (в академических часах) заочное обучение
		участию в тематических дискуссиях и деловых играх		
8	Управление имиджем и репутацией в социальной работе	Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; проработка учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературе) и подготовка докладов на семинарах и практических занятиях, к участию в тематических дискуссиях и деловых играх	6,75	11

6.2. Перечень учебно-методического обеспечения для текущего контроля успеваемости

Примерная тематика и планы семинарских и/или практических занятий для очной и заочной форм обучения

Тема 1: Связи с общественностью (PR) как социальный феномен.

Вопросы к занятию:

1. Предмет и объект учебной дисциплины.
2. Соотношение понятий «связи с общественностью» и «коммуникация».
3. Основные подходы к пониманию сущности PR.
4. «Альтруистические», прагматические, инструментальные функциональные и другие определения PR.
5. PR как искусство и наука, технология управления.

Вопросы для самоконтроля:

Основные подходы к классификации функций PR.
 Сферы функционирования связей с общественностью.
 Принципы и этические проблемы PR. PR и другие виды коммуникативной деятельности (пропаганда, реклама, лоббирование, advocacy, publicity.).
 Современные дискуссии о соотношении маркетинга и PR.
 Различие понятий “public relations”, “public affairs», “business communications».
 Дж. Грюниг о четырех моделях PR-коммуникаций: пресс-посредническая, информирование общественности, двухсторонняя асимметричная коммуникация, двухсторонняя симметричная коммуникация.

Тема 2: Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR.

Вопросы к занятию:

1. Ранние исторические формы коммуникаций.
2. Зарождение политического, государственного и коммерческого PR.
3. PR эпохи средневековья и Нового времени.
4. Институционализация PR в начале XX в.
5. Развитие национальных школ по связям с общественностью в Европе.
6. Становление российского рынка PR-услуг в России.

Вопросы для самоконтроля:

Американский опыт развития PR. Вклад Айви Ли, Э. Бернайза, У. Липпманна в развитие теории и практики PR. Развитие государственного PR в США. Роль Л. Бакстера, К. Уайтекера, Л. Гова, Т. Ривса в развитие политического PR и политического консультирования.

Российские центры политического консультирования.

Современные тенденции развития PR.

Национальные, региональные и международная ассоциации по связи с общественностью и их разработке этических профессиональных стандартов и популяризации PR.

Международная ассоциация советников по политическим кампаниям.

Тема 3: Основы коммуникации в связях с общественностью.

Вопросы к занятию:

1. Определение коммуникации.
2. Источники коммуникации.
3. Цель коммуникации.
4. Простейшая модель коммуникации.
5. Механизм воздействия коммуникационного потока на поведение целевых групп.
6. Факторы, определяющие эффективность PR-коммуникаций.
7. Типология коммуникаций.

Вопросы для самоконтроля:

Главные компоненты коммуникации: содержание сообщения (послания), средство (канал) передачи сообщения (СМИ и естественная коммуникация).

Кодирование/декодирование сообщения.

Технологии кодирования информации в PR-практике.

Обеспечение обратной связи как направления PR- деятельности.

Особенности использования различных видов коммуникации в PR: сильные и слабые стороны использования каждого вида средств коммуникаций в PR-кампаниях: печатные СМИ, телевидение и радио, телефон и сотовая связь, Интернет.

Теории распространения информации в обществе: воздействие через лидеров общественного мнения; диффузная теория Э. Роджерса.

Тема 4: Характер, цели и задачи службы по связям с общественностью в социальной работе.

Вопросы к занятию:

1. Современные диалоговые формы коммуникации.
2. Партнерство с общественными организациями.
3. Нормативно-правовая база, обеспечивающая диалог и консультации на федеральном, региональном и местном уровне.

Вопросы для самоконтроля:

Структурные подразделения службы связей с общественностью в социальных службах. Программно-целевой и линейный подходы к определению структуры службы связей с общественностью.

Работа общественных приемных.

Технологии обратной связи.

Организационно-институциональные формы осуществления диалога и консультаций.

Механизмы организации публичных консультаций с общественностью.

Тема 5: Пресс-служба: структура и функции.

Вопросы к занятию:

1. Задачи и функции пресс-служб.
2. Формализация информации и ее систематизация в базе данных.
3. Подготовка и распространение информации.
4. Мониторинг СМИ и отслеживание обратной связи. База данных целевых СМИ.
5. Правила поведения и общения с представителями СМИ.
6. Основные формы работы со СМИ.
7. Понятие информационного повода.

Вопросы для самоконтроля:

Информационный доклад, политическое заявление, обращение, официальный ответ, комментарий, коммюнике, пресс-релиз, пресс-бюллетень. брифинг, пресс-конференция, пресс-туры, пресс-пулы, «круглый стол».

Особенности PR-текстов и общие правила их подготовки.

Подготовка публичных выступлений руководителя и культура их проведения.

Выступления на радио и телевидении.

Интервью в целях PR: интервью-мнение, интервью-беседа, интервью-воспоминание, PR-интервью, заочное и виртуальное интервью.

Инициирование публикаций.

Планирование деятельности пресс-службы и оценка эффективности ее деятельности.

Тема 6: Стратегическое планирование и реализация PR-программ в социальной работе.

Вопросы к занятию:

1. Стратегический потенциал PR. Модель стратегического PR-менеджмента Грюнига и Реппера. Модель RACE.
2. Планирование PR-деятельности. Определение проблем.
3. Методы ситуационного анализа в PR-практике.
4. Планирование и программирование PR-программы: Определение целей.
5. Выделение целевых аудиторий.
6. Планирование мер и тактики реализации PR-программы.

Вопросы для самоконтроля:

Планирование бюджета программы, инвентаризация наличных ресурсов. Информационное, организационное и материально-техническое обеспечение программы.

Исполнение PR-программы. Этапы и уровни оценки реализации PR-программы.

Критерии и методы оценка эффективности PR-деятельности.

Основные технологии реализации PR-программы.

Виды и формы специальных событий и мероприятий и их организация.

Технологии проведения конкурсов, присуждений премий, награждений, поздравлений.

Технологии создания и усиления новости.

Производство смысловых и повествовательных новостей.

Приемы торможения и ускорения новостей.

Тема 7: Изучение и формирование общественного мнения как функция PR-служб в социальной работе.

Вопросы к занятию:

1. Массовое сознание. Общественное мнение: понятие и структура.
2. Закономерности общественного мнения.
3. Методы изучения общественного мнения.
4. Технологии работы с обращениями граждан.
5. Рассмотрение заявлений, обращений, жалоб.
6. Формирование общественного мнения.

Вопросы для самоконтроля:

Работа с лидерами общественного мнения. Типология лидеров мнений.

Использование механизмов восприятия в процессе управления массовым сознанием и поведением. Установки, стереотипы и мифы в управлении общественными настроениями.

Конформизм и социальная идентификация как факторы управления общественным сознанием. Технологии воздействия на массовые эмоции.

Технологии убеждающей коммуникации.

Психологическое заражение. Алгоритм заражения.

Виды и классификация внушения.

Манипуляция общественным мнением и противодействие манипуляциям.

Тема 8: Управление имиджем и репутацией в социальной работе.

Вопросы к занятию:

1. Содержание понятия «имидж».
2. Соотношение понятий «имидж» и «репутация», «имидж» и «образ», «имидж» и «стереотип».
3. Типы имиджа. Позитивный и негативный имидж. Текущий и желаемый имидж. Основные модели имиджа.
4. Основные составляющие имиджа социальных служб и технологии его формирования.

Вопросы для самоконтроля:

Стратегии защиты репутации и имиджа.
Структура и слагаемые персонального имиджа лидера.
Персональные, социальные и символические характеристики имиджа.
«Ядро» имиджа, идеальный и реальный имидж.
Основные факторы влияния на восприятия имиджа.
Алгоритм формирования имиджа.
Позиционирование, возвышение имиджа, мифологизация, эмоционализация, дистанцирование. Технологии продвижения и защиты имиджа.
Слагаемые имиджа и репутации. Стратегии их формирования.

Перечень тем рефератов, эссе, докладов

Освоение данной дисциплины предполагает выполнение творческой работы (реферата, презентации) следующей примерной тематики:

1. Формирование имиджа и репутации территориального образования.
2. Имидж муниципального служащего и технологии его формирования.
3. Стратегия и тактика информационных кампаний.
4. Социальное партнерство органов государственной власти и местного самоуправления с институтами гражданского общества.
5. Принцип транспарентности: российский и зарубежный опыт.
6. Оптимизация взаимодействия государственной службы со средствами массовой информации.
7. Сущность социальной рекламы и ее использование в практике государственного и социального управления.
8. Практика использования социальной рекламы в информационном процессе.
9. PR как профессия.
10. Кризисный PR в государственном и муниципальном управлении.
11. PR в контексте реформирования госслужбы на современном этапе.
12. Технологии коммуникации социальных служб с населением.
13. Организация и проведение информационной кампании.
14. Роль информации в государственном управлении.
15. Технологии демократического контроля в государственном управлении.
16. Формирование информационной культуры населения.

17. Реализация государственной информационной политики в социальной сфере.
18. Информационное обеспечение референдумов.
19. Информационные технологий в деятельности социальных служб.
20. Информационная открытость в социальной сфере.

Примерные тестовые задания для текущего контроля

Родиной PR считается:

1. США
2. Великобритания
3. Германия
4. Россия

Отцом современных PR считается:

1. Джон Рокфеллер – американский миллионер
2. Немецкий ученый Карл Хундхаузен
3. Айви Ли – журналист

На первом этапе своего эволюционного развития PR представляла собой:

1. деятельность, направленную на регулирование социально-экономических отношений
2. преимущественно политическую деятельность, которая относилась к пропаганде и агитации
3. экологическую деятельность

Выражение «Бостонская резня» характеризует:

1. Факт манипулирования информацией
2. Технологию создания события
3. Технологию паблисити
4. Факт лоббирования

Европейская конфедерация по связям с общественностью (CERP) была основана:

1. 1 января 1948 года в Берлине
2. В 1959 году в Лондоне
3. 1 мая 1955 года в Лондоне
4. В 1963 году в Париже

Правилами public relation выступают:

1. инициативность
2. раскованность
3. агрессивность
4. двусторонний характер связей
5. индивидуализм
6. профилактичность
7. кризисность
8. настойчивость
9. гибкость
10. стабильность

Организация пытается не только сформировать, поддержать или изменить взгляды общественности, но и меняется сама, процесс коммуникаций двусторонний, субъектами взаимодействия могут быть различные группы – это характеристика _____:

1. манипулятивной модели public relation
2. журналистской модели public relation
3. модели взаимопонимания public relation
4. модели социального партнерства public relation

Общественное мнение обладает следующими характеристиками:

1. не зависит от происходящих в обществе изменений
2. представляет собой совокупность суждений и оценок, характеризующих состояние массового сознания
3. это группирование людей, которое образуется как отклик на определенную проблему
4. обладает внутренним единством
5. внутренняя противоречивость и несбалансированность
6. проявляется в отдельных суждениях и оценках
7. упрощенность оценок
8. зависит от политических и социальных изменений

Функции общественного мнения:

1. информационная
2. сбытовая
3. аналитическая
4. оценочная
5. конструктивная
6. воспитывающая

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. PR- основные доходы к определению.
2. Функции и принципы, нормативные и этические основы PR.
3. Соотношение PR с другими понятиями.
4. PR в органах государственной власти: цели, задачи и отличия от коммерческого PR.
5. Этапы исторического развития PR. История зарождения PR в США.
6. Антикризисный план и команда. Особенности коммуникаций во время кризисов.
7. Принципы выделения общественности.
8. Психологические подходы к выделению общественности.
9. Имидж: понятие и основные типологии.
10. Ситуационный подход к определению общественности.
11. Организация устных коммуникаций (пресс-конференции, презентаций).
Подготовка речей и выступлений.
12. Понятие коммуникации и ее виды. Коммуникационные барьеры.
13. Организация диалоговых коммуникаций в органах государственной власти и местного самоуправления.
14. Теории распространения информации.
15. Сущность и технологии лоббирования.
16. Работа с прессой и условия ее эффективности.

17. Имидж и репутация органа власти.
18. Виды письменных коммуникаций.
19. Стратегическое планирование в PR.
20. Понятие «новость». Два типа новостного производства.
21. Кризис: понятие, виды, этапы развития.
22. Российский и зарубежный опыт организации PR в органах федеральной, региональной и муниципальной власти.
23. Функции пресс-службы и проблема качества информации
24. Технологии управления новостной информацией, создание и усиление значимости новости.
25. Институционализация PR.
26. Имиджевые стратегии.
27. Основные избирательные технологии.
28. Модели PR-практики.
29. Типы общественных кампаний. Типы избирательных кампаний, ее этапы.
30. Типы избирательных стратегий с учетом модели электората.
31. Стратегии формирования и продвижения имиджа.
32. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления.
33. Правовое обеспечение информационной политики и взаимоотношений со СМИ.
34. Основные технологии реализации PR-программы.
35. Слухи в PR-коммуникациях.

7. Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) (См. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине)

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1.Основная литература:

1. Китчен Ф. Паблик рилейшнз: учебное пособие / Ф. Китчен; пер. Е.Э. Лалаян. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 454 с.: схем., табл. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00603-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546>
2. Шарков, Ф.И., Бузин В.Н. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / под общей редакцией Ф.И. Шаркова. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 486 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01185-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1

8.2.Дополнительная литература:

1. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества: учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов: Издательство

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид учебных занятий	Методические указания для обучающихся
Занятия лекционного типа	<p>В процессе занятия лекционного типа студент должен усвоить и законспектировать название темы, учебных вопросов и основные блоки теоретического материала, то есть, сделанные преподавателем теоретические посылки (гипотезы), их аргументацию и выводы. В случае, если какое – либо положение не совсем понятно студенту или представляется недостаточно убедительным целесообразно задавать преподавателю уточняющие вопросы. Наличие у студента конспекта лекции обязательно. Материалы лекции являются основой для подготовки к семинарским занятиям.</p> <p>Для эффективности обучения в ходе участия в занятии лекционного типа следует писать конспект лекций. Написание конспекта лекций требует соблюдения ряда правил: краткость, схематичность, последовательность фиксации основных положений, выводов, формулировок, обобщений; необходимо помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Важно проверять термины, понятия с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Необходимо обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, выделить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на занятии семинарского типа.</p>
Занятия семинарского типа	<p>Основной целью семинарских занятий является контроль усвоения пройденного материала, хода выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы семинарского занятия. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению, заслушиваются на семинарских занятиях в форме подготовленных студентами докладов и сообщений (10-15 минут) с последующей их оценкой всеми студентами группы.</p> <p>Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины.</p>

Вид учебных занятий	Методические указания для обучающихся
	<p>Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, изучение рекомендуемой литературы, работа с текстом. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.</p>
<p>Самостоятельная работа /индивидуальные задания</p>	<p>Самостоятельная работа преследует цель закрепить, углубить и расширить знания, полученные студентами в ходе аудиторных занятий, а также сформировать навыки работы с научной, учебной и учебно– методической литературой, развивать творческое, продуктивное мышление обучающихся, их креативные качества.</p> <p>Изучение основной и дополнительной литературы является наиболее распространённой формой самостоятельной работы студентов применяется при рассмотрении всех тем. Результаты анализа основной и дополнительной литературы в виде короткого конспекта основных положений той или иной работы отражаются в рабочей тетради, что даёт основания в отдельных источниках называть эту форму самостоятельной работы «заполнением рабочей тетради». Следует учитывать, что в ряде случаев изучение литературы осуществляется в процессе подготовки студентов к занятиям семинарского типа, в ходе выполнения курсовых работ и написания эссе, подготовки реферативного обзора. В данном случае самостоятельный отчёт о проделанной работе не требуется. В случае, если изучение конкретной темы не предусматривает перечисленных форм, то результаты изучения литературы отражаются в рабочей тетради и представляются преподавателю для проверки.</p> <p>При выполнении заданий практического характера необходимо следовать предложенному алгоритму выполнения задания. При необходимости (в ходе решения проблемных, поисковых и исследовательских задач) на основе имеющихся знаний и учений самостоятельно разрабатывать алгоритм решения поставленной задачи.</p>
<p>Реферат/курсовая работа</p>	<p><i>Реферат:</i> Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться с требованиями к структуре и оформлению реферата.</p> <p><i>Структура и содержание реферативного обзора.</i></p> <p>Реферативный обзор на выбранную тему выполняется, как правило, по следующим периодическим изданиям за последние 1-2 года, а также с использованием аналитической информации, публикуемой на специализированных интернет-сайтах.</p> <p>По каждой статье оформляется реферативная справка по следующему плану:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Автор (Ф.И.О.), сведения об авторе (место работы, должность, ученая степень); 2. Название статьи или материала; 3. Проблема, которую рассмотрел автор в статье; 4. Актуальность проблемы;

Вид учебных занятий	Методические указания для обучающихся
	<p>5. Содержание проблемы;</p> <p>6. Какое решение проблемы предлагает автор;</p> <p>7. Прогнозируемые автором результаты;</p> <p>8. Выходные данные источника (периодическое издание: название, год, месяц, страницы; адрес электронного ресурса).</p> <p>9. Отношение студента к предложению автора.</p> <p>Объем справки по одной статье с точным указанием названия статьи и источника составляет 1–2 страницы.</p> <p>В заключительной части обзора студент дает короткое (0,5–1 страница) резюме обо всех отреферированных статьях.</p> <p><i>Курсовая работа:</i> изучение научной, учебной, нормативной и другой литературы. Отбор необходимого материала; формирование выводов и разработка конкретных рекомендаций по решению поставленной цели и задачи; проведение практических исследований по данной теме. Инструкция по выполнению требований к оформлению курсовой работы находится в методических материалах по дисциплине.</p>
Подготовка к экзамену (зачету)	При подготовке к экзамену (зачету) необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Занятия проводятся в аудитории оснащенной:

- мультимедийный проектор;
- компьютер;
- экран.