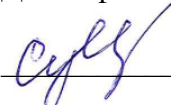


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Философский факультет

УТВЕРЖДАЮ:
Декан философского факультета

 Е.В. Сухушина

«04» июля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Связи с общественностью в социальной сфере

по направлению подготовки

39.03.02 Социальная работа

Направленность (профиль) подготовки:
«Социальная работа»

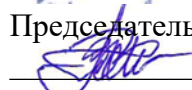
Форма обучения
Очная

Квалификация
Бакалавр

Год приема
2023

Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.ДВ.02.02

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
 А.Ю. Рыкун

Председатель УМК
 Т.В. Фаненштиль

Томск – 2023

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-2. Способен к моделированию и проектированию решений социальных проблем в области социальной работы.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИПК - 2.1. Понимает актуальные дефициты в социальной сфере, конечную цель проекта и взаимосвязь выполняемых действий с целью проекта.

ИПК - 2.2. Участвует в разработке проекта, вносит предложения по его развитию, применяет разные способы привлечения ресурсов для реализации проекта.

2. Задачи освоения дисциплины

- Освоить понятийный аппарат Связей с общественностью в социальной работе.
- Научиться применять понятийный аппарат Связей с общественностью в социальной работе для решения практических задач профессиональной деятельности.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части Б1.В. образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, и предлагается обучающимся на выбор.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Семестр 3, зачёт.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: Социология.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

- лекции: 12 ч.;
- практические занятия: 20 ч.;

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам

Тема 1. История становления PR-деятельности. Ключевые понятия. (8 часов)

Подходы к определению PR: альтруистический, прагматический компромиссный. Коммуникация как предмет PR. PRи близкая к ним деятельность: продвижение, лоббирование, реклама, пропаганда. Принципы PR-деятельности. Функции PR-деятельности. Требования к качествам специалистов по PR-деятельности.

История становления PR-деятельности: прото-PR-деятельность в античности, зарождение основ профессии в США (зарождение, эпоха крупных корпораций).

Тема 2. Общественность и общественное мнение в сфере PR (10 часов).

Понятие общественности, подходы к определению общественности. Проблемный, ситуативный подход как основной. Подходы к классификации общественностей: деление на внутреннюю и внешнюю, типология Дж. Гендрикса, деление на традиционную и будущую, деление на сторонников, оппонентов и безразличных. Особенности психографического

подхода к определению типов общественности, типология VALS-2. Процедура выбора приоритетных групп общественности.

Понятие общественного мнения, подходы к его определению. Факторы, определяющие общественное мнение. Теория «спираль молчания» как способ объяснения формирования и представления общественного мнения. Цели PR-деятельности в отношении общественного мнения. Основные характеристики общественного мнения. «Законы общественного мнения» по Х. Кентрилу.

Тема 3. СМК и принципы работы с ними (6 часов).

Особенности массовой коммуникации. Агенты влияния на СМК. Специфика трех каналов МК, их функции, особенности восприятия аудиторией. Интернет как СМК. Общие принципы работы со СМК: честность, информативность, доверие, точность, удобство подачи информации, уважение и понимание. Правила работы со СМК: гибкость и адаптивность, принцип «одного голоса», разделение информации с «союзниками».

Тема 4. Базовые PR-документы в работе со СМИ (8 часов).

Пресс-релиз – понятие, принципы отбора сообщения. Приемы, позволяющие усилить новость. Правила создания пресс-релиза: «5 "W" и "H"» и принцип перевернутой пирамиды.

Информационное письмо – понятие, функции, структура, правила написания.

Фактическая справка – понятие, функции, структура, правила написания.

Биография – понятие, функции, структура, правила написания.

Заявление для прессы – понятие, функции, виды, правила написания.

Понятие пресс-кита, принципы его наполнения.

Тема 5. Мероприятия для СМИ(6 часов).

Пресс-конференция – отбор повода для проведения, оповещение. Организационная подготовка к пресс-конференции. Проведение пресс-конференции: типы ньюсмейкеров и их роль, функции и принципы работы модератора. Требования к докладу. Рекомендации по поведению ньюс-мейкеров. Подходы к ответам на «неудобные» вопросы. Анализ результатов пресс-конференции.

Брифинг – характерные особенности проведения.

Пресс-тур как комплекс мероприятий для СМИ. Поводы для проведения пресс-тура. Виды пресс-туров. Организационные ограничения проведения пресс-туров.

Тема 6. Подготовка и произнесение публичной речи (10 часов).

Понятие публичной речи. Отличие звучащей речи от речи записанной. Требования к выбору темы. Определение цели выступления: виды целей выступления и типы речей в зависимости от поставленной цели. Структура речи – вступление и основная часть, требования к ним. Принципы публичной речи: принципы краткости, последовательности, целенаправленности, ясности, усиления, результативности. Понятие ритм текста и показатели, определяющие легкость восприятия текста (индекс Фога и формула Флеша).

Приемы, поддерживающие внимание слушателей.

Анализ известных речей (Дж. Кеннеди, М.Л.Кинга, Дж. Карлин, Ч. Чаплина и др.)

Тема 7. Внутренний PR (8 часов).

Понятие внутреннего PR, его цели. Признаки, свидетельствующие об актуальности внутреннего PR. Потребности сотрудников в отношении компании. Понятие корпоративной культуры и способы ее диагностики. PR-инструменты формирования единого информационного пространства. Формирование корпоративной культуры и ее закрепление. Формальные и неформальные способы закрепления корпоративной культуры. Основные ошибки при проведении внутренних PR-мероприятий.

Тема 8. PR в управлении кризисом (10 часов)

Понятие кризиса, кризисные факторы для предприятия. Типы кризисов: неожиданные, назревающие, непрерывные, внешние, внутренние и смешанные, непосредственные и косвенные. Возможные стадии развития кризиса: зарождение проблемы, обсуждение и планирование, материализация проблемы, первая реакция, вторичное воздействие, борьба, компромисс, регресс. Цели антикризисной PR-деятельности. Процесс управления проблемами:

идентификация возможных проблем, анализ и определение возможных пределов проблем, выявление и демонстрация альтернативных вариантов стратегии, реализация программы, оценка результатов. Проблемы управления кризисом. Ключевые принципы управления кризисом. Управление слухами как элемент коммуникации во время кризисов.

Тема 9. Управление восприятием корпоративного позиционирования(6 часов)

Понятие позиционирующей идеи. Идентичность бренда/торговой марки как основа позиционирования. Законы позиционирования (Дж. Траут), возможности и ограничения их использования в социальной сфере. Возможные ошибки позиционирования. PR как часть интегрированных маркетинговых коммуникации в формировании позиционирования.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, тестов по лекционному материалу, выполнения домашних заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Критерии оценивания для текущей аттестации и типовые задания представлены в Фонде оценочных средств. В полном объеме фонд оценочных **материалов** хранится на кафедре социальной работы

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет в третьем семестре проводится в устной форме по билетам. Билет состоит из двух частей.

Критерии оценивания для промежуточной аттестации, а также типовые задания представлены в Фонде оценочных материалов. В полном объеме фонд оценочных материалов хранится на кафедре социальной работы.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=20582>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине представлены в виде фонда оценочных материалов.

в) План практических занятий по дисциплине представлен в фонде оценочных материалов.

г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов размещены в ЭОИС НИ ТГУ.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

Основная литература:

1. Ворошилов В. В. Теория и практика массовой информации : [учебник для студентов вузов по специальностям "Связи с общественностью" и "Социально-культурный сервис и туризм"] / В. В. Ворошилов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Кнорус, 2014. - 464 с.: ил.- (Бакалавриат)
2. Коноваленко М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для бакалавриата и магистратуры : [для студентов вузов по гуманитарным направлениям и специальностям] / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. - Москва :Юрайт, 2016. - 393 с.: ил.- (Бакалавр и магистр. Академический курс)
3. Новиков Д.В. Теория и практика связей с общественностью. Учебное пособие. Комсомольск-на-Амуре, 2013. 91с.
4. Чумиков А. Н. Государственный PR. Связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник : [для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью"] / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 2-е изд., [испр. и доп.]. - Москва

:ИНФРА-М, 2013. - 327, [1] с.: ил., табл.- (Высшее образование. Бакалавриат) - (Электронно-библиотечная система "Znaniium.com")

Дополнительная литература:

1. Марков С. PR в России больше, чем PR : технологии, версии, слухи / С. Марков. - Ростов-на-Дону [и др.] : Феникс [и др.], 2005. - 429, [3] с.
2. Калиберда Е. Г. Связи с общественностью: вводный курс : [учебное пособие по специальности "Менеджмент организации"] / Е. Г. Калиберда. - Изд. 2-е, доп. и пер. - М. : Логос, 2004. - 141, [1] с.: ил.
3. Чумиков А. Н. Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Дело, 2004. - 495 с.

в) ресурсы сети Интернет:

1. CreateBrand. ru : реклама, креатив, слоган, бренд. - М. : [б. и.], 2004-. - . URL: <http://www.createbrand.ru/about/>
2. PRINFO. Связи с общественностью по-русски : Справочно-информационное web издание. - М., cop. 1999-. - . URL: <http://prinfo.far.ru/>
Маркетинговые коммуникации : [журнал]. - Москва : Издательский Дом Гребенникова, 2001-. - . URL: <http://grebennikon.ru/journal-1.html>

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znaniium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актру»). (нужен проектор)

15. Информация о разработчиках

Погодаев Николай Петрович, канд. ист. наук, философский факультет, доцент.