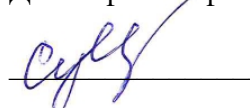


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Философский факультет

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан философского факультета

 Е.В. Сухушина

«04» июля 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

**Связи с общественностью в социальной сфере**

по направлению подготовки

**39.03.02 Социальная работа**

Направленность (профиль) подготовки:  
**«Социальная работа»**

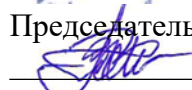
Форма обучения  
**Очная**

Квалификация  
**Бакалавр**

Год приема  
**2022**

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

СОГЛАСОВАНО:  
Руководитель ОП  
 А.Ю. Рыкун

Председатель УМК  
 Т.В. Фаненштиль

Томск – 2022

## **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., сор. 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.