МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____Сенченко П.В.
«22» _____02_____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки / специальность: **39.03.02 Социальная работа**
Направленность (профиль) / специализация: **Управление социальными проектами (коммуникации, технологии, реализация)**
Форма обучения: **заочная**
Факультет: **Заочный и вечерний факультет (ЗиВФ)**
Кафедра: **Кафедра истории и социальной работы (ИСР)**
Курс: **3**
Семестр: **6**
Учебный план набора 2023 года

Объем дисциплины и виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности	6 семестр	Всего	Единицы
Лекционные занятия	4	4	часов
Практические занятия	2	2	часов
Самостоятельная работа	60	60	часов
Контрольные работы	2	2	часов
Подготовка и сдача зачета	4	4	часов
Общая трудоемкость (включая промежуточную аттестацию)	72	72	часов
		2	з.е.

Формы промежуточной аттестация	Семестр	Количество
Зачет	6	
Контрольные работы	6	1

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко П.В.
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 22.02.2023
Уникальный программный ключ:
a1119608-cdff-4455-b54e-5235117c185c

Томск

Согласована на портале № 71933

1. Общие положения

1.1. Цели дисциплины

1. Формирование представлений об основных элементах PR-деятельности, её специфике в социальной сфере, а также вырабатывание навыков по планированию PR- деятельности предприятия/организации.

1.2. Задачи дисциплины

1. Получить представление о применении PR-технологий в социальной сфере.
2. Познакомить с вариантами использования PR-технологий.
3. Расширить представление обучающихся о PR-технологиях при подготовке акций и мероприятий, а также о способах применения социальной рекламы в социальной сфере.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).
Часть блока дисциплин: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.
Модуль дисциплин: Модуль направленности (профиля) (major).
Индекс дисциплины: Б1.В.01.10.
Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):

Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные компетенции		

Согласована на портале № 71933

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Знает принципы построения устного и письменного высказывания на русском и иностранном(ых) языках, правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации; владеет широким словарным запасом, достаточным для осуществления деловой коммуникации в рамках академической и профессиональной направленности	Обучающийся знает структуру и особенности написания материалов для СМИ, email-коммуникации и социальных сетей
	УК-4.2. Имеет представление об особенностях устной и письменной коммуникации в соответствии с различными стилями, жанрами и формами делового общения; выбирает коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства коммуникации	Обучающийся имеет представление о специфике работы с ЦА и партнёрами на сайтах и бренд-платформах
	УК-4.3. Умеет составлять собственные устные и письменные высказывания на русском и иностранном(ых) языках в соответствии с речевыми ситуациями, наиболее востребованными в рамках академической и профессиональной направленности	Обучающийся умеет осуществлять письменную и устную коммуникацию с ЦА и партнёрами при осуществлении онлайн и офлайн деятельности
	УК-4.4. Владеет навыками применения информационно-коммуникационных технологий для осуществления деловой коммуникации на русском и иностранном(ых) языке(ах) в письменной и устной форме	Обучающийся владеет навыками работы на сайтах и бренд-платформах, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности по работе с ЦА и партнёрами
Общепрофессиональные компетенции		

Согласована на портале № 71933

-	-	-
Профессиональные компетенции		
-	-	-

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часов.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной деятельности представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины по видам учебной деятельности

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		6 семестр
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего	8	8
Лекционные занятия	4	4
Практические занятия	2	2
Контрольные работы	2	2
Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. контактная внеаудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего	60	60
Подготовка к зачету	20	20
Подготовка к контрольной работе	20	20
Подготовка к тестированию	20	20
Подготовка и сдача зачета	4	4
Общая трудоемкость (в часах)	72	72
Общая трудоемкость (в з.е.)	2	2

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

Структура дисциплины по разделам (темам) и видам учебной деятельности приведена в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

Названия разделов (тем) дисциплины	Лек. зан., ч	Прак. зан., ч	Сам. раб., ч	Всего часов (без зачета)	Формируемые компетенции
6 семестр					
1 PR-технологии – история развития, актуальность и значение в современных условиях. PR-технологии работы со СМИ. PR-технологии в сети Интернет	2	1	30	35	УК-4
2 PR-акции событийного характера и PR мероприятия. Социальная реклама как технология	2	1	30	33	УК-4
Итого за семестр	4	2	60	66	
Итого	4	2	60	66	

5.2. Содержание разделов (тем) дисциплины

Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям)

Согласована на портале № 71933

Названия разделов (тем) дисциплины	Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям)	Трудоемкость (лекционные занятия), ч	Формируемые компетенции
6 семестр			

1 PR-технологии – история развития, актуальность и значение в современных условиях. PR-технологии работы со СМИ. PR-технологии в сети Интернет	Подходы к понятию "Public relations". Паблик рилейшнз (PR): содержание, история развития. Традиции купечества, западный опыт и современная практика формирования имиджа средствами PR. Этика PR. Становление PR как области знаний и сферы деятельности. Сферы приложения деятельности PR и её возможности в современных условиях. Коммуникации PR, рекламы и пропаганды. Сущность, роль и значение PR. PR как система установления связей с общественностью. Место PR в становлении общества глобальной информации. PR -деятельность в регулировании социально-экономических отношений. PR как коммуникационный менеджмент, средство влияния на выработку его стратегии и политики. Внутренний и внешний PR. Система информирования, как основа работы со СМИ. Рассылка информационных материалов в целевые СМИ. Создание благоприятного информационного фона для организации. Мероприятия, организуемые для журналистов. Пресс-конференция - событийная и проблемная. Техническая и содержательная подготовка пресс-конференций. План и структура пресс-конференции. Поводы для сбора пресс-конференции социальной организации. Брифинг (отчёт). Цель брифинга. Поводы для организации брифинга. Формы брифинга. Длительность брифинга. Пресс-туры и экскурсии для журналистов. Цель пресс-туров. Семинары, конференции, круглые столы с присутствием прессы. Подготовка и выпуск корпоративных СМИ. Формы корпоративных СМИ. Цель корпоративных СМИ. Функции корпоративных СМИ. Обеспечение присутствия организации в Интернете. Создание и поддержка веб-сайта. Преимущества веб-сайтов. Виды сайтов. Сайт-визитка и корпоративный сайт, их эффективность. Конструкторы сайтов. Привлечение к созданию сайтов добровольцев и профессиональных агентств. Информационное наполнение сайтов. Брендинг и PR в социальных сетях, их особенности. Формирование интереса пользователей к сообществу. Создание уникального контента. Привлечение добровольцев для работы в социальных сетях.	2	УК-4
	Итого	2	

Согласована на портале № 71933

2 PR-акции событийного характера и PR мероприятия. Социальная реклама как технология	Цель событийного PR и его формы. Отличия PR-акции и PR-события. Освещение в СМИ PR-акций и PR-событий. PR-мероприятия, его задачи. Присутствие символики организации на событии. Виды мероприятий. Специальные мероприятия, их организация. Виды специальных событий и мероприятий: мероприятия для СМИ; мероприятия для внутренней общественности; мероприятия для внешней общественности; информационные мероприятия; развлекательные мероприятия. Этапы организации специального события. Планирование мероприятия и методика оценивания его результатов. Факторы, способствующие успеху в проведении мероприятий. Параметры анализа успешности мероприятия. Отличительные особенности специальных PR-мероприятий. Использование раздаточных материалов на мероприятии. Привлечение ресурсов через PR-мероприятия. Социальная реклама как PR-технология. Сущность социальной рекламы. Цель социальной рекламы. Идеи социальной рекламы. Функции социальной рекламы. Общие рекомендации и принципы по разработке социальной рекламы. Этапы создания социальной рекламы. Действия на каждом из этапов создания социальной рекламы. Звенья социальной рекламы. Клиентские группы на которые направлена социальная реклама. Масштабы социальной рекламы. Измерение и оценка результативности социальной рекламы. Проведение рекламных компаний. Установление партнерских отношений с профильными рекламными агентствами. Привлечение добровольцев для создания рекламных роликов социальной направленности. Проблемы развития технологии социальной рекламы в российском обществе. Конкурсы социальной рекламы.	2	УК-4
	Итого	2	
	Итого за семестр	4	
	Итого	4	

5.3. Контрольные работы

Виды контрольных работ и часы на контрольные работы приведены в таблице 5.3.

Таблица 5.3 – Контрольные работы

№ п.п.	Виды контрольных работ	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
6 семестр			
1	Контрольная работа	2	УК-4
	Итого за семестр	2	

Согласована на портале № 71933

Итого	2	

5.4. Лабораторные занятия

Не предусмотрено учебным планом

5.5. Практические занятия (семинары)

Наименование практических занятий (семинаров) приведено в таблице 5.5.

Таблица 5.5. – Наименование практических занятий (семинаров)

Названия разделов (тем) дисциплины	Наименование практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
6 семестр			

Согласована на портале № 71933

1 PR-технологии – история развития, актуальность и значение в современных условиях. PR-технологии работы со СМИ. PR-технологии в сети Интернет	Подходы к понятию "Public relations". Паблик рилейшнз (PR): содержание, история развития. Традиции купечества, западный опыт и современная практика формирования имиджа средствами PR. Этика PR. Становление PR как области знаний и сферы деятельности. Сферы приложения деятельности PR и её возможности в современных условиях. Коммуникации PR, рекламы и пропаганды. Сущность, роль и значение PR. PR как система установления связей с общественностью. Место PR в становлении общества глобальной информации. PR -деятельность в регулировании социально-экономических отношений. PR как коммуникационный менеджмент, средство влияния на выработку его стратегии и политики. Внутренний и внешний PR. Система информирования, как основа работы со СМИ. Рассылка информационных материалов в целевые СМИ. Создание благоприятного информационного фона для организации. Мероприятия, организуемые для журналистов. Пресс-конференция - событийная и проблемная. Техническая и содержательная подготовка пресс-конференций. План и структура пресс-конференции. Поводы для сбора пресс-конференции социальной организации. Брифинг (отчёт). Цель брифинга. Поводы для организации брифинга. Формы брифинга. Длительность брифинга. Пресс-туры и экскурсии для журналистов. Цель пресс-туров. Семинары, конференции, круглые столы с присутствием прессы. Подготовка и выпуск корпоративных СМИ. Формы корпоративных СМИ. Цель корпоративных СМИ. Функции корпоративных СМИ. Обеспечение присутствия организации в Интернете. Создание и поддержка веб-сайта. Преимущества веб-сайтов. Виды сайтов. Сайт-визитка и корпоративный сайт, их эффективность. Конструкторы сайтов. Привлечение к созданию сайтов добровольцев и профессиональных агентств. Информационное наполнение сайтов. Брендинг и PR в социальных сетях, их особенности. Формирование интереса пользователей к сообществу. Создание уникального контента. Привлечение добровольцев для работы в социальных сетях.	1	УК-4
	Итого	1	

Согласована на портале № 71933

2 PR-акции событийного характера и PR мероприятия. Социальная реклама как технология	Цель событийного PR и его формы. Отличия PR-акции и PR-события. Освещение в СМИ PR-акций и PR-событий. PR-мероприятия, его задачи. Присутствие символики организации на событии. Виды мероприятий. Специальные мероприятия, их организация. Виды специальных событий и мероприятий: мероприятия для СМИ; мероприятия для внутренней общественности; мероприятия для внешней общественности; информационные мероприятия; развлекательные мероприятия. Этапы организации специального события. Планирование мероприятия и методика оценивания его результатов. Факторы, способствующие успеху в проведении мероприятий. Параметры анализа успешности мероприятия. Отличительные особенности специальных PR-мероприятий. Использование раздаточных материалов на мероприятии. Привлечение ресурсов через PR-мероприятия. Социальная реклама как PR-технология. Сущность социальной рекламы. Цель социальной рекламы. Идеи социальной рекламы. Функции социальной рекламы. Общие рекомендации и принципы по разработке социальной рекламы. Этапы создания социальной рекламы. Действия на каждом из этапов создания социальной рекламы. Звенья социальной рекламы. Клиентские группы на которые направлена социальная реклама. Масштабы социальной рекламы. Измерение и оценка результативности социальной рекламы. Проведение рекламных компаний. Установление партнерских отношений с профильными рекламными агентствами. Привлечение добровольцев для создания рекламных роликов социальной направленности. Проблемы развития технологии социальной рекламы в российском обществе. Конкурсы социальной рекламы.	1	УК-4
	Итого	1	
Итого за семестр		2	
Итого		2	

5.6. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено учебным планом

5.7. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 5.7.

Таблица 5.7. – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Согласована на портале № 71933

Названия разделов (тем) дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
6 семестр				
1 PR-технологии – история развития, актуальность и значение в современных условиях. PR-технологии работы со СМИ. PR-технологии в сети Интернет	Подготовка к зачету	10	УК-4	Зачёт
	Подготовка к контрольной работе	10	УК-4	Контрольная работа
	Подготовка к тестированию	10	УК-4	Тестирование
	Итого	30		
2 PR-акции событийного характера и PR мероприятия. Социальная реклама как технология	Подготовка к зачету	10	УК-4	Зачёт
	Подготовка к контрольной работе	10	УК-4	Контрольная работа
	Подготовка к тестированию	10	УК-4	Тестирование
	Итого	30		
Итого за семестр		60		
	Подготовка и сдача зачета	4		Зачет
Итого		64		

5.8. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности представлено в таблице 5.8.

Таблица 5.8 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Формируемые компетенции	Виды учебной деятельности			Формы контроля
	Лек. зан.	Прак. зан.	Сам. раб.	
УК-4	+	+	+	Зачёт, Контрольная работа, Тестирование

6. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

Рейтинговая система не используется

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Жильцова О. Н. Связи с общественностью: учебн. пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М.: Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-511939.

7.2. Дополнительная литература

1. Емельянов С. М. Связи с общественностью в организациях: электрон. учебн. пособие. — СПБ: ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 156 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/63845.

2. Чилингир Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию: учебн. пособие. — Сочи: РосНОУ, 2019. — 299 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/162184.

7.3. Учебно-методические пособия

Согласована на портале № 71933

7.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Связи с общественностью в социальной сфере: Методические рекомендации для практических занятий и самостоятельной работы студентов / А. Жукова - 2022. 16 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/9865.

7.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. При изучении дисциплины рекомендуется обращаться к современным базам данных, информационно-справочным и поисковым системам, к которым у ТУСУРа открыт доступ: https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh.

2. eLIBRARY.RU: российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования (https://www.elibrary.ru).

3. КонсультантПлюс: компьютерная справочная правовая система, содержащая массив правовой и справочной информации (http://www.consultant.ru/).

8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

8.1. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория с достаточным количеством посадочных мест для учебной группы, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются мультимедийное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по лекционным разделам дисциплины.

8.2. Материально-техническое и программное обеспечение для практических занятий

Учебная аудитория: учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций, помещение для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации; 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 307 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Интерактивная панель;
- Камера;
- Микрофон;
- Тумба для докладчика;
- Магнитно-маркерная доска;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

- Adobe Reader;
- Google Chrome;
- Microsoft Office 2013;

Согласована на портале № 71933

- Windows 10;
- Yandex;

8.3. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:

- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 209 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду ТУСУРа.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

8.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями зрения** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

9. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

9.1. Содержание оценочных материалов для текущего контроля и промежуточной аттестации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы, представленные в таблице 9.1.

Таблица 9.1 – Формы контроля и оценочные материалы

Названия разделов (тем) дисциплины	Формируемые компетенции	Формы контроля	Оценочные материалы (ОМ)

Согласована на портале № 71933

1 PR-технологии – история развития, актуальность и значение в современных условиях. PR-технологии работы со СМИ. PR-технологии в сети Интернет	УК-4	Зачёт	Перечень вопросов для зачета
		Контрольная работа	Примерный перечень вариантов (заданий) контрольных работ
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
2 PR-акции событийного характера и PR мероприятия. Социальная реклама как технология	УК-4	Зачёт	Перечень вопросов для зачета
		Контрольная работа	Примерный перечень вариантов (заданий) контрольных работ
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий

Шкала оценки сформированности отдельных планируемых результатов обучения по дисциплине приведена в таблице 9.2.

Таблица 9.2 – Шкала оценки сформированности планируемых результатов обучения по дисциплине

Оценка	Баллы за ОМ	Формулировка требований к степени сформированности планируемых результатов обучения		
		знать	уметь	владеть
2 (неудовлетворительно)	< 60% от максимальной суммы баллов	отсутствие знаний или фрагментарные знания	отсутствие умений или частично освоенное умение	отсутствие навыков или фрагментарные применение навыков
3 (удовлетворительно)	от 60% до 69% от максимальной суммы баллов	общие, но не структурированные знания	в целом успешно, но не систематически осуществляемое умение	в целом успешное, но не систематическое применение навыков
4 (хорошо)	от 70% до 89% от максимальной суммы баллов	сформированные, но содержащие отдельные проблемы знания	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы применение навыков
5 (отлично)	≥ 90% от максимальной суммы баллов	сформированные систематические знания	сформированное умение	успешное и систематическое применение навыков

Шкала комплексной оценки сформированности компетенций приведена в таблице 9.3.

Таблица 9.3 – Шкала комплексной оценки сформированности компетенций

Оценка	Формулировка требований к степени компетенции

Согласована на портале № 71933

2 (неудовлетворительно)	Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале или Знать на уровне **ориентирования**, представлений. Обучающийся знает основные признаки или термины изучаемого элемента содержания, их отнесенность к определенной науке, отрасли или объектам, узнает в текстах, изображениях или схемах и знает, к каким источникам нужно обращаться для более детального его усвоения.
3 (удовлетворительно)	Знать и уметь на **репродуктивном** уровне. Обучающихся знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях.
4 (хорошо)	Знать, уметь, владеть на **аналитическом** уровне. Зная на репродуктивном уровне, указывать на особенности и взаимосвязи изученных объектов, на их достоинства, ограничения, историю и перспективы развития и особенности для разных объектов усвоения.
5 (отлично)	Знать, уметь, владеть на **системном** уровне. Обучающийся знает изученный элемент содержания системно, произвольно и доказательно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях, учитывая и указывая связи и зависимости между этим элементом и другими элементами содержания дисциплины, его значимость в содержании дисциплины.

9.1.1. Примерный перечень тестовых заданий

1. Цель паблик рилейшнз (PR) состоит в:
   а) достижении взаимопонимания и установлении плодотворных отношения между организацией и её аудиториями путём двусторонней коммуникации
   б) сознательной организации коммуникации
   в) гармонизация взаимоотношений внутри некоторого проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением в целях успешной реализации данного проекта
   г) в удовлетворении потребностей между организацией и аудиторией
2. Что из перечисленного относится к характеристике массовой коммуникации?
   а) опосредованный характер
   б) непосредственный характер
   в) совпадение по времени
   г) разрозненность во времени
3. Оптимальная продолжительность доклада на конференции составляет:
   а) не более 10 минут
   б) 2-3 минуты
   в) 20 минут
   г) 5-7 минут
4. Паблисити (publicity) – это:
   а) информация из независимого источника, используемая средствами информации потому, что она имеет ценность новости
   б) информация из разнообразных источников, имеющая ценность новости для компании
   в) общественное мнение, полученное в результате опроса или анкетирования
   г) совокупность представлений о ценности полученной из разных источников информации
5. Какая из перечисленных функций относится к функциям PR-деятельности?
   а) юридическая
   б) коммерческая
   в) коммуникационная
   г) исследовательская
6. Фандрайзинговая деятельность - это:

Согласована на портале № 71933

а) сбор ресурсов на решение социально значимой проблемы
б) участие в работе фондовой биржи
в) пожертвование средств на благотворительные цели
г) организация сбора средтсв на мероприятии

7. Обычные средства коммуникации классифицируют на виды:
а) неконтролируемые и контролируемые
б) статьи, очерки, фотоматериалы, пресс-конференции, разного рода интервью
в) брошюры, справочники, пособия, книги, плакаты, листовки; информационные полки; внутренние периодические здания; годовые отчёты, памятные знаки, выставки, экспозиции
г) специальные и системные
8. Что из перечисленного относится к общим принципам PR?
а) планомерность, комплексность, оперативность, непрерывность, объективность, законность, эффективность
б) прогнозирование и планирование различных мероприятий и программ по развитию коммуникаций
в) правдивость, гласность, открытость и достоверность распространяемых сведений
г) честность, открытость, достигаемость, эффективность
9. Вставьте пропущенное слово: "<...> – это функция PR, предусматривающая специальные усилия (активность или организованные события), рассчитанные на формирование и стимулирование интереса к личности, товару, организации или направлению деятельности"
а) продвижение
б) сообщения
в) паблисити (publicity)
г) актуализация
10. Использование PR-технологий в социальной сфере имеет своей целью:
а) доказать и разъяснить
б) продать
в) все варианты верны
г) популяризировать

9.1.2. Перечень вопросов для зачета

1. Характеристика PR как вида социальной коммуникации
2. Место PR в решении коммуникационных задач
3. Система информирования как основа работы со СМИ
4. Создание благоприятного информационного фона для организации
5. Мероприятия, организуемые для журналистов
6. Пресс-конференция - событийная и проблемная
7. Техническая и содержательная подготовка пресс-конференций
8. План и структура пресс-конференции
9. Брифинг (отчёт).
10. Пресс-туры и экскурсии для журналистов
11. Семинары, конференции, круглые столы с присутствием прессы
12. Подготовка и выпуск корпоративных СМИ
13. Обеспечение присутствия организации в сети Интернет
14. Создание и поддержка веб-сайта
15. Брендинг и PR в социальных сетях, их особенности
16. Создание социальных флеш-мобов в сети Интернет
17. Цель событийного PR и его формы
18. Специальные мероприятия, их организация
19. Социальная реклама как PR-технология
20. Этапы создания социальной рекламы
21. Измерение и оценка результативности социальной рекламы
22. Проблемы развития технологии социальной рекламы в российском обществе

9.1.3. Примерный перечень вариантов (заданий) контрольных работ

Согласована на портале № 71933

1. Составьте выступление на занятии. Ответьте на вопросы:
   - Где вы живёте: в какое время, в какой стране?
   - Чем вы занимаетесь?
   - Как Вы продвигаете свой товар?
2. Сегодня всё чаще говорят о том, что и в государственной, и в некоммерческой организации необходимо уделять пристальное внимание PR. При этом не отрицается возможность обращения организаций к внешним специалистам по PR. Как вы считаете:
   - Когда это следует делать?
   - Когда не нужно этого делать, а стоит обойтись «своими силами»?
   - Каким должен быть рациональный баланс между услугами собственных PR-специалистов и внешних PR-специалистов?
   а) Перечислите преимущества, которые даёт наличие собственного PR- специалиста (команды специалистов по PR)
   б) Назовите недостатки, свойственные собственному PR- специалисту (команде специалистов по PR)
   в) Назовите преимущества, которые получит организация, если обратится к услугам к внешним специалистам по PR
   г) Назовите проблемы, которые возникают/могут возникнуть в процессе взаимодействия с внешними специалистами по PR
3. Перед вами информация о мероприятии. Задание: а) написать пресс-релиз-анонс: б) новостной пресс-релиз. Дополнительные данные для пресс-релиза могут быт произвольными.
   Фестиваль НКО "Добрый Томск"
   Даты проведения: 20-24 ноября 2022 года.
   Место проведения: онлайн, прямая трансляция с 10:50 до 16:00 на YouTube-канале Томского центра поддержки НКО, интернет-ресурсы участников и партнёров.
   Организатор: Томский центр поддержки НКО
   Участники: НКО Томской, Кемеровской, Новосибирской областей, Пермского края.
   Цель фестиваля – познакомить население с деятельностью НКО Томска и Томской области, содействовать росту доверия и понимания между организациями некоммерческого сектора и гражданами
   Предусмотрены:
   1) Выступление спикеров
   - 11:00 открытие фестиваля. Выступит заместитель губернатора по социальной политике Томской области Алёна Левко, расскажет о важности НКО для региона
   - 13:15 фотограф Катерина Печерская расскажет о социальной фотографии
   - 14:10 прямой эфир награждения победителей конкурса чтецов
   - основатели «Праздника топора» поделятся опытом организации крупных событий
   2) Иные выступления спикеров на тему НКО и и местных благотворительных практик и мероприятий.
4. Представьте, что вы реализуете социально-значимый проект. Что это за проект? На решение какой проблемы он направлен? Какова его ЦА в социальных сетях?
   Составьте примерный контент-план для репрезентации вашего проекта в социальных сетях. Количество и тип контента – на ваше усмотрение.
5. Вы – PR-специалист организации социальной сферы и вам нужно создать социальную рекламу. Что это будет за реклама? Какую проблему она будет решать? На какую ЦА будет направлена? на каких ресурсах будет размещена?

9.2. Методические рекомендации

Учебный материал излагается в форме, предполагающей самостоятельное мышление студентов, самообразование. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Начать изучение дисциплины необходимо со знакомства с рабочей программой, списком учебно-методического и программного обеспечения. Самостоятельная работа студента включает работу с учебными материалами, выполнение контрольных мероприятий, предусмотренных

Согласована на портале № 71933

учебным планом.

В процессе изучения дисциплины для лучшего освоения материала необходимо регулярно обращаться к рекомендуемой литературе и источникам, указанным в учебных материалах; пользоваться через кабинет студента на сайте Университета образовательными ресурсами электронно-библиотечной системы, а также общедоступными интернет-порталами, содержащими научно-популярные и специализированные материалы, посвященные различным аспектам учебной дисциплины.

При самостоятельном изучении тем следуйте рекомендациям:

– чтение или просмотр материала осуществляйте со скоростью, достаточной для индивидуального понимания и освоения материала, выделяя основные идеи; на основании изученного составить тезисы. Освоив материал, попытаться соотнести теорию с примерами из практики;

– если в тексте встречаются незнакомые или малознакомые термины, следует выяснить их значение для понимания дальнейшего материала;

– осмысливайте прочитанное и изученное, отвечайте на предложенные вопросы.

Студенты могут получать индивидуальные консультации, в т.ч. с использованием средств телекоммуникации.

По дисциплине могут проводиться дополнительные занятия, в т.ч. в форме вебинаров. Расписание вебинаров и записи вебинаров публикуются в электронном курсе / электронном журнале по дисциплине.

9.3. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 9.4.

Таблица 9.4 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Категории обучающихся	Виды дополнительных оценочных материалов	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушениями зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Преимущественно дистанционными методами
С ограничениями по общемедицинским показаниям	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы	Преимущественно проверка методами, определяющимися исходя из состояния обучающегося на момент проверки

9.4. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

– в печатной форме;

– в печатной форме с увеличенным шрифтом;

– в форме электронного документа;

– методом чтения ассистентом задания вслух;

– предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на

Согласована на портале № 71933

подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

– письменно на бумаге;

– набор ответов на компьютере;

– набор ответов с использованием услуг ассистента;

– представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Согласована на портале № 71933

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ИСР
протокол № 1 от « 3 » 2 2023 г.

СОГЛАСОВАНО:

Должность	Инициалы, фамилия	Подпись
Заведующий выпускающей каф. ИСР	М.Ю. Ким	Согласовано, ed789cd8-2cc6-4431-a59e-8f386b1d44fa
Заведующий обеспечивающей каф. ИСР	М.Ю. Ким	Согласовано, ed789cd8-2cc6-4431-a59e-8f386b1d44fa
И.О. начальника учебного управления	И.А. Лариошина	Согласовано, c3195437-a02f-4972-a7c6-ab6ee1f21e73
Декан ЗиВФ	И.В. Осипов	Согласовано, 126832c4-9aa6-45bd-8e71-e9e09d25d010

ЭКСПЕРТЫ:

Заведующий кафедрой, каф. ИСР	М.Ю. Ким	Согласовано, ed789cd8-2cc6-4431-a59e-8f386b1d44fa
Доцент, каф. ИСР	А.В. Куренков	Согласовано, ec52f417-686f-4b44-8e5f-39af9707eca0

РАЗРАБОТАНО:

Старший преподаватель, каф. ИСР	А.В. Жукова	Разработано, 495682ba-6938-4af7-9a85-5ddbadcafd75

Согласована на портале № 71933