

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Казанский национальный исследовательский
технологический университет»
(ФГБОУ ВО «КНИТУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Д.Ш. Султанова

«07» июня 2021 г.



Рабочая программа дисциплины в виде электронного документа выгружена из информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу
Простая электронная подпись, ID подписи: 1060
Подписал Проректор по учебной работе Д.Ш. Султанова
Дата 07.06.2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине «СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА И PR В СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ»

Направление подготовки: 39.03.02 Социальная работа
Профиль: Управление в социальных системах
Квалификация выпускника: Бакалавр
Форма обучения: Заочная
Институт: Институт управления инновациями
Факультет: Факультет социотехнических систем
Кафедра-разработчик: Кафедра «Социальной работы, педагогики и психологии»
Курс; семестр 4; 11, 12

Вид нагрузки	Часы	Зачётные единицы
Лекция	4	0,11
Практическое занятие	4	0,11
Контроль самостоятельной работы	12	0,33
Самостоятельная работа	115	3,19
Форма аттестации: Контрольная работа (12 сем), Экзамен (12 сем)	9	0,25
Всего	144	4

Рабочая программа составлена с учётом требований Федерального государственного образовательного стандарта (приказ № 76 от 05.02.2018) по направлению подготовки 39.03.02 Социальная работа для профиля «Управление в социальных системах» на основании учебных планов набора обучающихся 2021 года.

Разработчик программы:

Доцент

М.М. Соколова

СОГЛАСОВАНО

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Социальной работы, педагогики и психологии», протокол от 20.05.2021 г. № 6.

Заведующий кафедрой *Согласовано* Н.Ш. Валеева

УТВЕРЖДЕНО

Начальник центра УМЦ

Утверждаю

Л.А. Китаева

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Социальная реклама и PR в социальной работе» являются: Основная цель освоения дисциплины - изучение места рекламы в современном социуме наряду с другими коммуникационными потоками, роли рекламы в формировании системы связей с общественностью, освоение слушателями основных приемов создания рекламного сообщения, а также ознакомить будущих специалистов с возможностями связей с общественностью в социальной работе: технологиями формирования и продвижения имиджа организации,

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социальная реклама и PR в социальной работе» относится к формируемой участниками образовательных отношений части ООП и формирует у обучающихся по профилю «Управление в социальных системах» набор знаний, умений, навыков и компетенций.

Для успешного освоения дисциплины «Социальная реклама и PR в социальной работе» обучающийся по направлению подготовки 39.03.02 «Социальная работа» должен освоить материал предшествующих дисциплин:

1. Благотворительность и волонтерство
2. Основы управленческого консультирования

Дисциплина «Социальная реклама и PR в социальной работе» является предшествующей и необходима для успешного освоения последующих дисциплин:

1. Основы социальной работы на предприятиях и в организациях

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-6 Способен к подготовке информационных материалов для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

ПК-6.1. знает каким образом следует осуществлять подготовку материалов о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам

ПК-6.2. умеет организовывать рекламу социальных услуг и информационное обеспечение их развития и распространения

ПК-6.3. владеет навыками применения маркетинговых технологий с целью формирования спроса и обеспечения адекватного предложения социальных услуг и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать:

каким образом следует осуществлять подготовку материалов о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам

Уметь:

организовывать рекламу социальных услуг и информационное обеспечение их развития и распространения

Владеть:

навыками применять маркетинговые технологии с целью формирования спроса и обеспечения адекватного предложения социальных услуг и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестации	
			Лекция	Практические занятия	Лабораторные	КСР	СРС		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1.	Введение в дисциплину	11	2				7	Контрольная работа	
	Итого по семестру	11	2				7		
1.	Социальная реклама	12		2,5			6	58	Контрольная работа; Творческое задание; Эссе
2.	Технологии связей с общественностью	12	2	1,5			6	50	Творческое задание; Экзамен; Эссе
	Итого по семестру	12	2	4			12	108	Контрольная работа, Экзамен

5. Содержание лекционных занятий по темам

№ п/п	Раздел дисциплины	Часы	Тема лекционного занятия	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	4	5
1.	Введение в дисциплину	1	Маркетинг и маркетинговые технологии	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
2.		0,5	Реклама: виды, цели, средства.	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
3.		0,5	Связи с общественностью	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
4.	Технологии связей с общественностью	1	Специфика использования специальных мероприятий в PR-компании	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
5.		0,5	Особенности деятельности PR – специалиста	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
6.		0,5	Этика и профессиональные стандарты в СО	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
	ВСЕГО	4		

6. Содержание практических/семинарских занятий

№ п/п	Раздел дисциплины	Часы	Тема занятия	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	4	6

№ п/п	Раздел дисциплины	Часы	Тема занятия	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	4	6
1.	Социальная реклама	1	Разработка рекламного текста	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
2.		1	Организация и проведение публичных выступлений	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
3.		0,5	Выставки и ярмарки как средство социальной рекламы	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
4.	Технологии связей с общественностью	0,5	Специфика использования специальных мероприятий в PR-компаниях	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
5.		0,5	Особенности деятельности PR – специалиста	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
6.		0,5	Этика и профессиональные стандарты в СО	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
ВСЕГО		4		

7. Содержание лабораторных занятий

Проведение лабораторных занятий не предусмотрено учебным планом

8. Самостоятельная работа

№ п/п	Темы, выносимые на самостоятельную работу	Часы	Форма СРС	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	5	6
1.	Маркетинг и маркетинговые технологии	3	подготовка к контрольной работе	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
2.	Реклама: виды, цели, средства.	2	подготовка к контрольной работе	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
3.	Связи с общественностью	2	подготовка к контрольной работе	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
4.	Разработка рекламного текста	20	выполнение творческого задания, подготовка эссе, подготовка к контрольной работе	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
5.	Организация и проведение публичных выступлений	20	выполнение творческого задания, подготовка эссе	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
6.	Выставки и ярмарки как средство социальной рекламы	18	выполнение творческого задания, подготовка эссе	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
7.	Специфика использования специальных мероприятий в PR-компаниях	20	выполнение творческого задания, подготовка эссе	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
8.	Особенности деятельности PR – специалиста	15	выполнение творческого задания, подготовка эссе	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
9.	Этика и профессиональные стандарты в СО	15	выполнение творческого задания, подготовка эссе	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
ВСЕГО		115		

8.1 Контроль самостоятельной работы

№ п/п	Темы, выносимые на самостоятельную работу	Часы	Форма КСР	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	5	6
1.	Разработка рекламного текста	2	проверка контрольной работы, проверка творческого задания, проверка эссе	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
2.	Организация и проведение публичных выступлений	2	проверка творческого задания, проверка эссе	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
3.	Выставки и ярмарки как средство социальной рекламы	2	проверка творческого задания, проверка эссе	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
4.	Специфика использования специальных мероприятий в PR-компани	2	проверка творческого задания, проверка эссе	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
5.	Особенности деятельности PR – специалиста	2	проверка творческого задания, проверка эссе	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
6.	Этика и профессиональные стандарты в СО	2	проверка творческого задания, проверка эссе	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
	ВСЕГО	12		

9. Использование рейтинговой системы оценки знаний

При оценке результатов деятельности обучающихся в рамках дисциплины «Социальная реклама и PR в социальной работе» используется рейтинговая система. Максимальное и минимальное количество баллов по различным видам учебной работы описано в «Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний студентов и обеспечения качества учебного процесса» ФГБОУ ВО КНИТУ.

Рейтинговая оценка формируется на основании текущего и промежуточного контроля. За контрольные точки студент может получить минимальное и максимальное количество баллов (см. таблицу).

Оценочные средства	Кол-во	Мин.баллов	Макс.баллов
12-й семестр			
Контрольная работа	1	3	6
Творческое задание	4	24	36
Эссе	3	9	18
Экзамен	1	24	40
Итого		60	100

10. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и итоговой аттестации разрабатываются согласно положению о Фондах оценочных средств, рассматриваются как составная часть рабочей программы и оформляются отдельным документом.

11. Информационно-методическое обеспечение дисциплины

11.1. Основная литература

При изучении дисциплины «Социальная реклама и PR в социальной работе» в качестве основных источников информации рекомендуется использовать следующую литературу:

Основные источники информации	Количество экземпляров
Ф.И. Шарков, Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Прочее] Учебное пособие: Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020	http://znanium.com/go.php?id=1093531 Режим доступа: по подписке КНИТУ
В. А. Самкова, М. А. Беляева, Азы	http://www.iprbookshop.ru/75000.html

имиджологии. Имидж личности, организации, территории [Электронный ресурс] Учебное пособие для вузов: Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017	Режим доступа: по подписке КНИТУ
Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова, Связи с общественностью [Прочее] Учебник и практикум для вузов: Москва : Юрайт, 2021	https://urait.ru/bcode/468724 Режим доступа: по подписке КНИТУ
М. В. Воронцова, Т. В. Бюндюгова, В. Е. Макаров [и др.], Технология формирования имиджа, пр и рекламы в социальной работе [Прочее] Учебник и практикум для вузов: Москва : Юрайт, 2020	https://urait.ru/bcode/466145 Режим доступа: по подписке КНИТУ

11.2. Дополнительная литература

В качестве дополнительных источников информации рекомендуется использовать следующую литературу:

Дополнительные источники информации	Количество экземпляров
С.Б. Калмыков, Н.П. Пашин, Социальная реклама: конструирование эффективного взаимодействия с целевой аудиторией [Прочее] Монография: Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019	http://znanium.com/go.php?id=1003011 Режим доступа: по подписке КНИТУ
Басов Н.Ф., под ред., Щербинина О.С., Топка Н.Б., Тимонин А.И., Смолонская, Социальная работа с различными группами населения [Прочее] Учебное пособие: Москва : КноРус, 2021	https://www.book.ru/book/938850 Режим доступа: по подписке КНИТУ
И. П. Тихонов, Имидж руководителя: методы формирования [Прочее] : Москва : Лаборатория книги, 2010	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87803 Режим доступа: по подписке КНИТУ
А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов [Прочее] Учебник: Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017	http://znanium.com/go.php?id=766813 Режим доступа: по подписке КНИТУ

11.3. Электронные источники информации

При изучении дисциплины «Социальная реклама и PR в социальной работе» предусмотрено использование электронных источников информации:

1. Электронный каталог УНИЦ КНИТУ: Режим доступа: <http://ruslan.kstu.ru/>
2. ЭБС «Лань»: Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
3. Образовательная платформа «Юрайт»: Режим доступа: <https://urait.ru/>
4. ЭБС «Znanium.com»: Режим доступа: <http://znanium.com/>
5. ЭБС Университетская библиотека онлайн: Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>
6. ЭБС IPRbooks: Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
7. ЭБС BOOK.ru : Режим доступа: <https://www.book.ru/>
8. Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru/>

11.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Базы данных

Scopus Доступ свободный: www.scopus.com

Web of Science Доступ свободный: apps.webofknowledge.com

Информационные справочные системы

Справочно-правовая система «ГАРАНТ» Доступ свободный: www.garant.ru

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» Доступ свободный: www.consultant.ru

12. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лицензированное программное обеспечение и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства, используемое в учебном процессе при освоении дисциплины «Социальная реклама и PR в социальной работе»:

Офисные и деловые программы: ABBYY FineReader 9.0 проф;

Офисные и деловые программы: MS Office 2007 Russian;

Офисные и деловые программы: MS Office 2007 Professional Russian;

Офисные и деловые программы: MS Office 2010-2016 Standard

Архиватор 7 Zip

Блокнот Notepad

Яндекс Браузер

Учебные аудитории для проведения учебных занятий оснащены оборудованием:

1. проектор,

2. экран

техническими средствами обучения:

1. компьютер/ноутбук,

2. комплект электронных презентаций/слайдов.

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационную среду КНИТУ. Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

13. Образовательные технологии

Количество часов занятий, проводимых в интерактивных формах в учебном процессе по дисциплине «Социальная реклама и PR в социальной работе» составляет 4 ч.

В процессе освоения дисциплины «Социальная реклама и PR в социальной работе» используются следующие образовательные технологии:

- творческие задания;
- работа в малых группах;
- дискуссия;
- изучение и закрепление нового материала на интерактивной лекции (лекция-беседа, лекция – дискуссия, лекция с разбором конкретных ситуаций, лекция с заранее запланированными ошибками, лекция- пресс-конференция, мини-лекция);
- эвристическая беседа;
- системы дистанционного обучения;
- обсуждение и разрешение проблем («мозговой штурм», ПОПС- формула, «дерево решений», «анализ казусов», «переговоры и медиация», «лестницы и змейки»);
- тренинги;
- метод кейсов.