

Рабочая программа дисциплины (модуля) принята:

Ученым советом факультета (института, филиала): Экономический факультет

Протокол заседания № 10 от «23» июня 2020 г.

Председатель Ученого совета
Экономического факультета



Т.А. Верещагина

Секретарь Ученого совета
Экономического факультета



Л.А. Плотникова

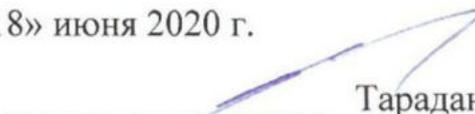
подпись И.О. Фамилия

Рабочая программа дисциплины (модуля) одобрена и рекомендована кафедрой

Социальной работы и социологии

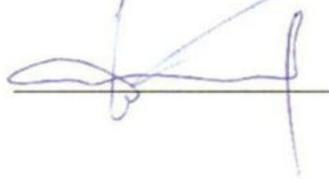
Протокол заседания № 12 от «18» июня 2020 г.

И.о. заведующего кафедрой



Тараданов А.А.

Автор (составитель)
доцент, Филиппов Д.Е.



кандидат педагогических наук,

**Структура рабочей программы соответствует приказу ректора
ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «05» декабря 2018 г. № 678-1**

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
 - 6.1. Перечень видов оценочных средств
 - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
 - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
 - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - 7.1. Рекомендуемая литература
 - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья

Рабочая программа дисциплины "PR и реклама в социальной работе" по направлению подготовки (специальности) "Социальная работа" направленности (профилю) Социальная работа в организациях различных сфер деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 4
1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
Цель: сформировать у обучающихся компетенции, предусмотренные ФГОС ВО, понимание общих закономерностей и принципов связей с общественностью как одного из средств массовой коммуникации, обеспечивающей эффективное управление коммуникациями в социальной сфере.	
Познавательная цель курса состоит в уяснении студентами знаний об организации рекламной деятельности, а также принципов и видов рекламы и деятельности в социальной работе.	
Изучение дисциплины направлено на решение следующих задач:	
1. формирование знаний о современных социологических подходах к пониманию сущности PR и рекламы в социальной сфере;	
2. изучение характерных черт связей с общественностью, в том числе функций рекламы, целей и задач PR в социальной работе;	
3. изучение процессов рекламы и PR, их задач и функций в системе организации социальной работы;	
4. изучение приоритетных направлений маркетинговой деятельности в социальной работе;	
5. получение студентами современных знаний в области организации общественного мнения и рекламного процесса;	
6. получение студентами навыков эффективной маркетинговой деятельности в социальной сфере;	
7. овладение методами оценки роли рекламы и PR в деятельности организаций социальной сферы.	
Результаты обучения по дисциплине направлены на достижение индикаторов:	
УК-3.1. Демонстрирует понимание типологии и факторов формирования команд, лидерства и способов социального взаимодействия.	
УК-3.2. Осуществляет взаимодействие с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом.	
УК-3.3. Имеет опыт участия в командной работе.	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В.ДВ.05.01
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Курс базируется на знаниях, полученных в дисциплинах «Экономические основы социальной работы», «Информационная культура» или соответствующих дисциплинах среднего профессионального образования.	
Информационная культура	
Экономические основы социальной работы	
2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Дисциплина связана с одновременно изучаемыми с ней дисциплинами «Управление проектами», «Коммуникация и межкультурное взаимодействие».	
Управление проектами	
Коммуникация и межкультурное взаимодействие	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	
Знать:	
нормы и принципы толерантного поведения и характеристик основных типов межкультурного взаимодействия; сущность коммуникативных процессов	
Уметь:	
осуществлять учебно-познавательную деятельность, связанную с этническими, конфессиональными и культурными различиями; демонстрировать навыки продуктивного взаимодействия с другими членами команды; работать в команде над проектом	
Владеть:	
методами анализа конкретной межконфессиональной ситуации, культурой диалога, навыками дискуссионной формы обсуждения проблем, связанными с межнациональными конфликтами; навыками обсуждения проблем; навыками дискуссии	

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Рабочая программа дисциплины "PR и реклама в социальной работе" по направлению подготовки (специальности) "Социальная работа" направленности (профилю) Социальная работа в организациях различных сфер деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		стр. 5
3.1	Знать:	
3.1.1	нормы и принципы толерантного поведения и характеристик основных типов межкультурного взаимодействия;	
3.1.2	сущность коммуникативных процессов	
3.2	Уметь:	
3.2.1	осуществлять учебно-познавательную деятельность, связанную с этническими, конфессиональными и культурными различиями;	
3.2.2	демонстрировать навыки продуктивного взаимодействия с другими членами команды;	
3.2.3	работать в команде над проектом	
3.3	Владеть:	
3.3.1	методами анализа конкретной межконфессиональной ситуации, культурой диалога, навыками дискуссионной формы обсуждения проблем, связанными с межнациональными конфликтами;	
3.3.2	навыками обсуждения проблем;	
3.3.3	навыками дискуссии	

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 108 в том числе : аудиторные занятия : 45 самостоятельная работа : 63 :	Виды контроля в семестрах: зачеты 7

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	Раздел 1. Цели, функции, принципы деятельности PR			
1.1	Цели, функции, принципы деятельности PR /Лек/	7	2	Л1.2Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.2	Цели, функции, принципы деятельности PR /Ср/	7	4	Л2.1 Л1.1Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.3	Цели, функции, принципы деятельности PR /Пр/	7	4	Л1.3Л2.3 Л2.4 Э1 Э2
	Раздел 2. Основные виды и средства PR			
2.1	Основные виды и средства PR /Лек/	7	2	Л1.4Л2.2 Л2.3 Л2.6 Э1 Э2 Э3 Э5
2.2	Основные виды и средства PR /Ср/	7	6	Л1.4Л2.2 Э1 Э2 Э3
2.3	Основные виды и средства PR /Пр/	7	2	Л1.5Л2.2 Л2.3 Э1 Э3
	Раздел 3. Основные институты PR			
3.1	Основные институты PR /Ср/	7	4	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3
3.2	Основные институты PR /Лек/	7	2	Л1.2Л2.5 Э1 Э3
3.3	Основные институты PR /Пр/	7	4	Л1.2Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
	Раздел 4. Основы проектирования в PR			
4.1	Основы проектирования в PR /Пр/	7	2	Л1.2Л2.3 Л2.5 Э1 Э3
4.2	Основы проектирования в PR /Ср/	7	8	Л1.2Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
4.3	Основы проектирования в PR /Лек/	7	2	Л1.2Л2.3 Э1 Э2
	Раздел 5. Интернет как канал связей с общественностью			

Рабочая программа дисциплины "PR и реклама в социальной работе" по направлению подготовки (специальности) "Социальная работа" направленности (профилю) Социальная работа в организациях различных сфер деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»				стр. 6
5.1	Интернет как канал связей с общественностью /Лек/	7	2	Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2
5.2	Интернет как канал связей с общественностью /Ср/	7	4	Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
5.3	Интернет как канал связей с общественностью /Пр/	7	4	Л1.2Л2.2 Э1 Э3
Раздел 6. Понятие, сущность, виды и задачи рекламы.				
6.1	Понятие, сущность, виды и задачи рекламы. /Пр/	7	2	Л1.1Л2.3 Э1 Э2 Э3
6.2	Понятие, сущность, виды и задачи рекламы. /Ср/	7	8	Л1.1Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
6.3	Понятие, сущность, виды и задачи рекламы /Лек/	7	2	Л1.3Л2.3 Э1 Э3
Раздел 7. История возникновения и развития рекламы				
7.1	История возникновения и развития рекламы /Ср/	7	3	Л1.1Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
7.2	История возникновения и развития рекламы /Лек/	7	3	Л1.3Л2.5 Э1 Э2
7.3	История возникновения и развития рекламы /Пр/	7	4	Л1.1Л2.5 Э1 Э3
Раздел 8. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций				
8.1	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций /Ср/	7	8	Л1.5Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
8.2	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций /Пр/	7	2	Л1.5Л2.5 Л2.6 Э1 Э3
Раздел 9. Рекламная кампания				
9.1	Рекламная кампания /Пр/	7	2	Л1.2Л2.4 Л2.5 Э1 Э2
9.2	Рекламная кампания /Ср/	7	10	Л1.2Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
Раздел 10. PR и реклама: их роль в деятельности учреждений социальной сферы				
10.1	PR и реклама: их роль в деятельности учреждений социальной сферы /Ср/	7	8	Л1.4Л2.1 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
10.2	PR и реклама: их роль в деятельности учреждений социальной сферы /Пр/	7	4	Л1.5Л2.1 Л2.3 Э1 Э3

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

Доклад, реферат, собеседование (зачет)

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Вопросы для самоконтроля

1. Понятие и основная функция рекламы .
2. Объект рекламы .
3. Классификация рекламы.
4. Связи с общественностью .
5. Взаимоотношения рекламы и общества.
6. Виды каналов распространения рекламы .
7. Основные каналы распространения рекламы .
8. Немедийные средства рекламы.
9. Нетрадиционные каналы распространения рекламы.
10. Мероприятия по стимулированию сбыта как метод комплексного использования каналов распространения рекламы.
11. Пути творческого решения рекламной задачи.
12. Особенности создания рекламных продуктов в зависимости от канала
13. Некоторые психологические аспекты рекламы.

14. Этапы создания рекламы.
15. Рекламная коммуникационная система и основные субъекты рекламного рынка .
16. распространения рекламы.
17. Производство рекламного продукта.
18. Творческие аспекты рекламной деятельности.
19. Выбор целевой аудитории как предпосылка удачного творческого решения в рекламе
20. Творческие решения для различных объектов рекламы.
21. Специфика рекламирования товара и услуги.
22. Методы рекламного творчества.
23. Критерии оценки идеи.
24. Типы стратегий в рекламной кампании.
25. Виды стратегий рационалистического типа .
26. Виды стратегий проекционного типа.
27. Структура и форма рекламного обращения.
28. Использование убеждающего и внушающего воздействия в рекламном тексте
29. Общий подход к пониманию регламентирования рекламной деятельности.
30. Государственное регулирование рекламной деятельности.
31. Саморегулирование рекламной деятельности.
32. Рекламное законодательство в России.
33. Исследовательские организации, связанные с рекламной деятельностью.
34. Основы мотивации в рекламе.
35. Выбор побудительных мотивов.
36. Факторы, влияющие на ответную реакцию потребителя.
37. Использование психоанализа и бессознательных мотивов потребителей.
38. Восприятие рекламы потребителем.
39. Пути воздействия рекламы на потребителя.
40. Борьба за внимание потребителя.
41. Повышение уровня припоминания сути рекламного обращения.
42. Окружающая среда и потребитель.
43. Отношение потребителя к рекламе.
44. Условия появления международной рекламы.
45. Причины, по которым не может быть единой рекламы.
46. Аргументы в пользу проведения PR-кампаний.
47. Адаптация международной рекламы к местным национальным условиям.
48. Стратегия и тактика международной рекламы.
49. Методы использования национальных СМИ в международной рекламе.
50. Формы обслуживания международной рекламы.

Примерные темы докладов

1. Виды средств коммуникаций и характеристика эффективности воздействия каждого из них на целевые и ключевые аудитории.
2. Формы и методы работы со СМИ.
3. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.
4. Внутрифирменные связи с общественностью: формы, роль, значение.
5. Культурные программы и специальные акции как формы связей с общественностью.
6. Статистика как источник исходных данных в связях с общественностью. Поиск нужных статистических данных. Значение статистических данных в связях с общественностью
7. Правовые основы регулирования рекламной деятельности.
8. Типология корпоративных изданий.
9. Функции рекламы в деятельности организаций социальной сферы.
10. Структура и инфраструктура PR-рынка.
11. Анализ динамики основных характеристик деятельности PR-специалиста.
12. Типы специальных PR-событий
13. Резонансный повод для проведения специального PR-события с привлечение СМИ.
14. Технология подготовки и проведения пресс-конференции.
15. Пресс-клуб, пресс-тур, пресс-коктейль как формы специального PR-события: взаимосвязь и отличия.
16. Технология подготовки и проведения конференции как PR-мероприятия
17. Технология подготовки и проведения презентации как PR-мероприятия
18. Виртуальные PR-события: специфика организации
19. Технология подготовки и проведения рекламной кампании.
20. Исследование исходных данных и планирование

21. Неформальные исследования.
 22. Формальные исследования: преимущества и недостатки различных способов.
- Примерные темы рефератов
1. Виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
 2. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность.
 3. Коммуникация как социальное действие.
 4. Роль социально-коммуникационных революций в развитии общества.
 5. Основные теории массовых коммуникаций.
 6. Технологии построения имиджей.
 7. Концепция формирования брэнда.
 8. Основные характеристики и структура медиаплана.
 9. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
 10. СМИ как неотъемлемый элемент социальных коммуникаций и их манипулятивные возможности.
 11. Развитие служб по связям с общественности в современной России.
 12. Особенности связей с общественностью в государственных структурах.
 13. Правила подготовки и распространения пресс-релиза.
 14. Многотиражная газета как вид корпоративного документа.
 15. Формы и средства бюджета при проведении PR-мероприятий.
 16. Предпосылки появления PR как коммуникативной технологии.
 17. Общественное мнение и паблик рилейшнз.
 18. Особенности управления процессом паблик рилейшнз.
 19. История российских паблик рилейшнз.
 20. Толпа и закономерности ее поведения.
 21. Массовая паника: факторы и механизмы действия.
 22. Механизмы и технологии манипуляции сознанием населения.
 23. Телевидение как институт манипуляции сознанием населения.
 24. Паблик рилейшнз в кризисных ситуациях.
 25. Паблик рилейшнз и возможности Интернет-технологий.
 26. Психология массовых настроений.
 27. Массовые настроения в политике.
 28. Технологии политического манипулирования.
 29. Правовые и этические отношения с общественностью.

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

- Примерные вопросы для собеседования (зачета)
1. Понятие и основная функция рекламы .
 2. Объект рекламы .
 3. Классификация рекламы.
 4. История рекламы.
 5. Связи с общественностью .
 6. Некоторые психологические аспекты рекламы.
 7. Этапы создания рекламы.
 8. Рекламная коммуникационная система и основные субъекты рекламного рынка .
 9. Взаимоотношения рекламы и общества.
 10. Задачи и функции PR в современном обществе.
 11. Основы проектирования в PR.
 12. Этапы проектирования в PR.
 13. Специфика PR в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях, государственных учреждениях.
 14. Основные этапы развития PR в России.
 15. Массовое сознание и массовое поведение.
 16. Имидж и паблик рилейшнз.
 17. Структура и функции PR-службы.
 18. Функции и задачи PR - специалиста.
 19. Паблик рилейшнз и СМИ.
 20. Роль рекламы и PR в деятельности учреждений социальной сферы.
 21. Психология рекламы и PR -воздействия.
 22. Правовые основы регулирования рекламной деятельности.
 23. Функции рекламы в деятельности организаций социальной сферы.

- 24. Особенности рекламы в различных отраслях и сферах деятельности
- 25. Специфика осуществления PR-деятельности в сфере образования
- 26. PR на рынке современного изобразительного искусства
- 27. Управление рынком современного искусства методами PR
- 28. Специфика PR в сфере музыки
- 29. PR-технологии в отечественном кинопрокате
- 30. Public relations в издательском деле
- 31. Позиционирование и продвижение печатных СМИ
- 32. Особенности технологий связей с общественностью и рекламы в сфере туризма и спорта.

6.4. Критерии оценивания

Уровень достигнутой компетентности определяется: 1) результатами работы на практических занятиях; 2) качеством письменной контрольной работы-реферата, выполненной студентом под контролем преподавателя по заданной тематике из содержания программы дисциплины; 3) результатами ответов на вопросы для подготовки к зачету.

Критерии оценивания доклада, дискуссии на практических занятиях

«отлично»

- 1) студент логично и последовательно излагает материал;
- 2) студент умеет выявлять и анализировать проблемы и предлагает способы их решения;
- 3) студент знает основные принципы принятия и реализации решений;
- 4) содержание высказываемых положений подтверждает знание и свободное владение фактическим материалом студента по теме;

«хорошо»

- 1) студент испытывает отдельные затруднения в логичности и последовательности изложения материала;
- 2) студент допускает отдельные неточности и затруднения в выявлении и анализе проблемы;
- 3) студент допускает незначительные ошибки при определении принципов принятия решений;
- 4) в содержании высказываемых положений присутствуют незначительные неточности при изложении фактического материала;

«удовлетворительно»

- 1) студент частично отражает содержание заявленной темы; материал в значительной степени излагается бессистемно и с нарушением логических связей;
- 2) студент испытывает значительные трудности при анализе фактического материала и формировании решения проблем;
- 3) студент испытывает затруднения в изложении фактического материала;
- 4) студентом допускаются ошибки в основном содержания понятий;

«неудовлетворительно»

- 1) студент не отражает содержание заявленной темы, не владеет фактическим материалом;
- 2) студент не умеет анализировать и выявлять проблемы в конкретных ситуациях;
- 3) студент не приводит конкретных примеров, подтверждающих те или иные факты из предметной области вопроса, он не может изложить фактический материал;
- 4) выступление не отражает основные понятия предмета

Критерии оценивания реферата

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» ставится, если основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Критерии оценивания знаний на зачете

Оценка «зачтено» ставится в том случае, если:

- Студент свободно владеет теоретическим материалом, знает имена ведущих отечественных и зарубежных ученых, внесших вклад в социальную науку.
- Ответы на вопросы билета достаточно полные, глубокие, свидетельствуют о системности знаний, умении

Рабочая программа дисциплины "PR и реклама в социальной работе" по направлению подготовки (специальности) "Социальная работа" направленности (профилю) Социальная работа в организациях различных сфер деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 10
<p>устанавливать межпредметные связи.</p> <p>Уровень усвоения понятий высокий: дается точное определение понятия, студент свободно оперирует понятиями для объяснения фактов социальной жизни, может конкретизировать понятие, соотнести его с родственными понятиями.</p> <p>Воспроизведение материала не требует опоры на узнавание, логично и последовательно, полностью исключает «чтение с места».</p> <p>Дополнительные вопросы не вызывают затруднений, ответы на них уверенные и точные.</p> <p>Допускаются незначительные недочеты: затруднения при ответе на дополнительный вопрос или неуверенность, или неточности в трактовке понятий и закономерностей.</p> <p>Оценка «не зачтено» ставится, если:</p> <p>Студент отказывается отвечать на вопросы или дает очень слабые ответы.</p> <p>Не владеет терминологией.</p> <p>Не может ответить на дополнительные вопросы, пытается использовать запрещенные материалы (учебники, пособия, конспекты и т.д.).</p>	

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
ЛП.1	Евстафьев В. А., Пасютина Е. Э.	История российской рекламы: современный период: учебное пособие (http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450739)	Москва : Дашков и К, 2017	ЭБС
ЛП.2	Ишкватова Л. М.	Современные технологии в PR-деятельности: учебное пособие (http://library.csu.ru/ru/rbooks?code=local/007785/ishkuvatovalm)	Челябинск : Издательство Челябинского государственного университета, 2018	ЭБС
ЛП.3	Евстафьев В.А., Пасютина Е.Э.	История российской рекламы. Современный период: учебное пособие (http://znanium.com/go.php?id=935847)	Москва : Дашков и К, 2017	ЭБС
ЛП.4	Ананьева Н. В., Суслова Ю. Ю.	Рекламная деятельность: учебное пособие (http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496962)	Красноярск : Сибирский федеральный университет (СФУ), 2017	ЭБС
ЛП.5	Ананьева Н.В., Суслова Ю.Ю.	Рекламная деятельность: учебное пособие (http://znanium.com/catalog/document?id=342085)	Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017	ЭБС

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
ЛП.1	Калмыков С.Б., Пашин Н.П.	Социальная реклама: конструирование эффективного взаимодействия с целевой аудиторией: монография (http://znanium.com/go.php?id=773309)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017	ЭБС
ЛП.2	Калмыков С.Б., Пашин Н.П.	Социальная реклама: конструирование эффективного взаимодействия с целевой аудиторией: монография (http://znanium.com/go.php?id=1003011)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019	ЭБС
ЛП.3	Киуру К. В., Кривоносов А. Д.	Методика и методология преподавания дисциплин магистерской программы "Реклама и связи с общественностью". Ч. 1: монография (http://library.csu.ru/ru/rbooks?code=texts/007739/kiurukv)	Челябинск : [Энциклопедия], 2017	ЭБС

Рабочая программа дисциплины "PR и реклама в социальной работе" по направлению подготовки (специальности) "Социальная работа" направленности (профилю) Социальная работа в организациях различных сфер деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»				стр. 11
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	---------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л2.4	Киуру К. В., Журавлева А. А., Симакова С. И.	Современные коммуникационные технологии продвижения бренда: учебное пособие (http://library.csu.ru/ru/rbooks?code=texts/007737/kiurukv)	Челябинск : Издательство Челябинского государственного о университета, 2017	ЭБС
Л2.5	Марусева И. В., Кокарева А. В.	Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий): учебное пособие (http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282)	Москва Берлин : Директ-Медиа, 2019	ЭБС
Л2.6	Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник для бакалавров (https://urait.ru/bcode/448047)	Москва : Юрайт, 2020	ЭБС

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Пабблишинг. – URL: http://biblioclub.ru/			
Э2	Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань. – URL: http://e.lanbook.com/			
Э3	eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. – URL: http://elibrary.ru/defaultx.asp .			
Э4	Российское образование [Электронный ресурс] : федеральный портал / ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». – Москва, 2002. – URL: http://www.edu.ru/ .			
Э5	Национальная электронная библиотека (НЭБ) [Электронный ресурс] : объединенный электронный каталог фондов российских библиотек : сайт. – URL: http://нэб.рф .			

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

MS Office365

Adobe Connect Acrobat

LMS Moodle

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. Российское образование [Электронный ресурс] : федеральный портал / ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». – Москва, [2002]. – Режим доступа: <http://www.edu.ru/>, свободный (02.06.2018).
2. * eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека [научной периодики на русском языке]. – Москва, [1999]. – Доступ к полным текстам после регистрации из сети ЧелГУ. – URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (02.06.2018).
3. Консультант Плюс [Электронный ресурс] : официальный сайт компании Консультант Плюс. – URL: http://www.consultant.ru/?utm_source=sps, свободный (02.06.2018)
4. ГАРАНТ [Электронный ресурс] : информационно-правовой портал [сайт]. – URL: <http://www.garant.ru/>, свободный (02.06.2018).

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины осуществляется с использованием средств обучения общего назначения:

- аудитории для проведения лекционных и практических занятий 2-го, 4-го и лабораторного корпусов ЧелГУ с возможностью использования переносного мультимедийного оборудования (экран, ноутбук, проектор, колонки);
- аудитория для самостоятельной работы студентов (аудитория 113 2-го учебного корпуса).

Для обеспечения тематической иллюстрации занятий лекционного типа в образовательном процессе используются цифровые образовательные ресурсы (мультимедийные презентации), различные формы наглядности (рисунки, таблицы, схемы и т.д.). Для проведения занятий лекционного типа используется переносное и / или стационарное мультимедийное оборудование (экран, ноутбук, проектор, колонки) в аудиториях 2-го, 4-го и лабораторного корпусов ЧелГУ.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Курс «PR и реклама в социальной работе» предназначен для студентов, обучающихся по направлению Социальная работа (уровень бакалавриата).
Курс базируется на знаниях, полученных в дисциплинах «Экономические основы социальной работы», «Информационная культура» или соответствующих дисциплин среднего профессионального образования.

<p>Рабочая программа дисциплины "PR и реклама в социальной работе" по направлению подготовки (специальности) "Социальная работа" направленности (профилю) Социальная работа в организациях различных сфер деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»</p>	<p>стр. 12</p>
<p>Основными видами учебных занятий являются: лекции, практические занятия, самостоятельная работа, выполнение реферата и зачет.</p> <p>Аудиторные лекции студента имеют своей целью формирование целостной системы знаний по изучаемому предмету. Студент может воспользоваться основной и дополнительной литературой.</p> <p>Основную трудность в период адаптации обучающихся к системе университетской подготовки вызывает самостоятельная работа, в том числе – и самостоятельная работа по подготовке к семинарским (практическим) занятиям.</p> <p>Работу по поиску и изучению научных публикаций в профессиональной литературе рекомендуется начинать с ознакомления со списком публикаций выбранного научного журнала. Такой список всегда представлен в последнем номере журнала каждого года. В сносках и ссылках на источники, которые содержатся в опубликованных статьях, представлены научные монографии, статистические справочники и другая научная литература по избранной теме, а также нормативные документы, регламентирующие и регулирующие изучаемые социальные отношения.</p> <p>Изучение дополнительной информации должно завершаться ее представлением в определенной форме. Письменно - в виде реферата, устно - в виде доклада, дискуссии, решения ситуационной задачи.</p> <p>Объем реферата, количество источников и тематику определяет преподаватель.</p> <p>В сообщении для выступления на семинаре или практическом занятии рекомендуется придерживаться следующей структуры:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) представление собственного интереса к теме сообщения; 2) описание общественного интереса к теме исследований (актуальность); 3) представление позиций авторов по теме, сгруппированных по некоторому общему признаку (акценты в представлении вопросов, логика подходов, время публикации, опора на эмпирические данные и т.д.); 4) собственное отношение к проблеме, комментарии и рассуждения; 5) выводы по представленному материалу и предложение собственных рекомендаций по решению проблемы. <p>В процессе обсуждения сообщения (дискуссии) слушателям рекомендуется воздерживаться от критических высказываний негативного содержания в адрес выступающего. Наиболее целесообразным и полезными в научном, учебном и мотивационном плане полагается соблюдение двух правил:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) замечание положительных моментов в представленном сообщении; 2) высказывание конструктивной критики, представление и обоснование собственной позиции по теме. <p>В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени (онлайн-лекции (вебинары) или отложенного времени (система дистанционного обучения Moodle, электронная почта).</p> <p>Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами. Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством электронной почты.</p> <p>Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.</p>	

<p>10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ</p>
<p>Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и голо информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения: портативный компьютер с вводом/выводом шрифтом Брайля с синтезатором речи «EIBraile-W14J G2»; ноутбуки с программной экранного доступа NVDA; электронные увеличители для удаленного просмотра; видеувеличители портативные; тифлоплеер; цифровые диктофоны. 2. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями слуха: система свободного звукового поля со встроенной совместимостью с FM-устройствами; радиоклассы «Сонет-PCM» с передатчиком, заушным индуктором и индукционной петлей; система информационная для слабослышащих переносная «Исток» А2 со встроенным плеером – звуковым информатором; документ-камера; программируемые слуховые аппараты индивидуального пользования. 3. Ассистивные информационные технологии: программное обеспечение экранного доступа с синтезом речи NVDA; программы экранного увеличения; программы речевого синтеза для компьютеров и ноутбуков; программы речевого синтеза для мобильных устройств; экранная клавиатура; экранная лупа. <p>При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации NVDA, речевые синтезаторы, экранные лупы).</p> <p>В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.</p>

<p>Рабочая программа дисциплины "PR и реклама в социальной работе" по направлению подготовки (специальности) "Социальная работа" направленности (профилю) Социальная работа в организациях различных сфер деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»</p>	<p>стр. 13</p>
<p>Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах, с помощью специальных технических и программных средств (рабочее место для незрячего пользователя с программным обеспечением экранного доступа с синтезом речи NVDA, рабочее место с компьютерным роллером и клавиатурой CleVu с большими кнопками и с разделяющей клавиши накладкой).</p> <p>Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:</p> <p>Для лиц с нарушениями зрения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в печатной форме увеличенным шрифтом, - в форме электронного документа, - в форме аудиофайла, - в печатной форме шрифтом Брайля. <p>Для лиц с нарушениями слуха:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в печатной форме, - в форме электронного документа. <p>Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в печатной форме, - в форме электронного документа, - в форме аудиофайла. <p>Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.</p> <p>Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий (Moodle, Adobe Connect Pro и пр.). В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья используется индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации направлены на индивидуализацию обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.</p> <p>При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей, обучающихся:</p> <ol style="list-style-type: none"> а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, в письменной форме шрифтом Брайля, устно с использованием услуг сурдопереводчика); б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в печатной форме шрифтом Брайля, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода); в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно). <p>При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ЧелГУ или могут использоваться собственные технические средства. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.</p> <p>Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.</p>	