

**Уральский социально-экономический институт (филиал)  
Образовательного учреждения профсоюзов высшего образования  
«Академия труда и социальных отношений»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ  
ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ**

**Направление подготовки**  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Профиль (программа) подготовки**  
Реклама и связи с общественностью в социальной сфере

**Квалификация выпускника**  
«Бакалавр»

Кафедра: Гуманитарных, естественнонаучных и математических дисциплин

**Разработчик программы:**  
д-р пед. наук, профессор Карпова О.Л.

**Оглавление**

1.	ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
1.1	Планируемые результаты обучения по дисциплине. ....	3
1.2	Результаты освоения образовательной программы.....	3
2.	МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	4
3.	ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	5
4.	ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	7

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цели освоения дисциплины:

Цель курса – дать базовые знания в области информационного сопровождения социальных проектов и сформировать профессиональные компетенции для осуществления эффективной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

### Задачи:

- дать характеристику социальным проектам;
- научить осуществлять подготовку PR-текстов и специальных мероприятий, используемых в рамках информационного сопровождения социальных проектов.

### 1.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Освоение дисциплины направлено на формирование у студентов следующих компетенций:

ОПК-6 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

ПК-5 - способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации;

ПК-13 - способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия

### 1.2 Результаты освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины студент должен:

**ОПК-6** - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

*В результате освоения компетенции ОПК-6 студент должен:*

**знать:** задачи профессиональной деятельности в области информационного сопровождения социальных проектов;

**уметь:** решать стандартные задачи профессиональной деятельности в области информационного сопровождения социальных проектов с использованием современных информационно-коммуникационных технологий;

**владеть/ быть в состоянии продемонстрировать:** методами и приемами решения стандартных задач профессиональной деятельности в области информационного сопровождения социальных проектов.

**ПК-5** - способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации

*В результате освоения компетенции ПК-5 студент должен:*

**знать:** теоретические основы разработки, реализации, информационного сопровождения социальных проектов;

**уметь:** организовывать информационное сопровождение социальных проектов;

**владеть/ быть в состоянии продемонстрировать:** методами реализации информационного сопровождения проектов в социальной сфере.

**ПК-13** - способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия

*В результате освоения компетенции ПК-13 студент должен:*

**знать:**

- теоретические основы информационного сопровождения социальных проектов, рекламных кампаний и мероприятий;

**уметь:**

- осуществлять исследования, предоставляющие информацию для повышения эффективности информационного сопровождения социальных проектов, рекламных кампаний и мероприятий;

**владеть/ быть в состоянии продемонстрировать:**

- навыками организации и проведения под контролем информационного сопровождения социальных проектов, рекламных кампаний и мероприятий.

## **2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

Тема 1. Основные этапы социального проекта

Тема 2. Специфика социальных проектов

Тема 3. Взаимодействие со СМИ в рамках реализации социального проекта

Тема 4. PR-тексты, используемые в рамках деятельности по сопровождению социальных проектов стиль.

Тема 5. Мероприятия для СМИ, используемые в рамках деятельности по сопровождению социальных проектов

Тема 6. Информационное сопровождение социальных проектов в Интернете

Тема 7. Специфика привлечения информационных спонсоров

Тема 8. Законодательное регулирование рекламного рынка. Саморегулирование рекламной деятельности

### 3. ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Понятия «проект» и «проектирование».
2. Сущность социального проектирования.
3. Субъект и объект социального проектирования.
4. Виды проектов.
5. Основные предпосылки социального проектирования.
6. Требования, предъявляемые к проекту.
7. Жизненный цикл проекта.
8. Ресурсы как условия эффективности реализации проекта.
9. Социальная проекция.
10. Социальная диагностика.
11. Социальное предвидение.
12. Социальное планирование.
13. Процессы управления проектами.
14. Команда управления проектом.
15. Базовые механизмы управления проектами.
16. Стоимостные оценки проекта.
17. Социальные технологии.
18. Типология социальных технологий.
19. Понятие технологизации процесса.
20. Региональное проектирование.
21. Среда регионального проектирования.

#### **Тематика курсовых работ (курсовых проектов)**

1. Некоммерческие организации как инициаторы социальных проектов.
2. Коммерческие структуры как инициаторы социальных проектов.
3. Отдел по связям с общественностью как технологический субъект.
4. PR-агентство как технологический субъект.
5. Понятие "целевая аудитория".
6. Классификация целевых аудиторий социальных проектов.
7. Социально-демографические характеристики целевых аудиторий социальных проектов.
8. СМИ как целевая аудитория социального проекта.
9. Проблемы, лежащие в основе социальных проектов.
10. Структура ситуационного анализа.
11. Опрос как метод исследования.
12. Контент-анализ как метод исследования.
13. Фокус-группа как метод исследования.
14. Специфика этапа планирования.
15. Календарное планирование.
16. Бюджетное планирование.
17. Медиапланирование.

18. Особенности этапа реализации.
19. модели оценки эффективности.
20. Качественные критерии оценки эффективности.
21. Понятие "информационный повод".
22. Параметры информационного повода.
23. Классификация информационных поводов (по М.П. Бочарову)
24. Планирование "циклических" информационных поводов.
25. Цели публичного выступления в рамках реализации социального проекта.
26. Убеждающая речь как инструмент информационного сопровождения социального проекта.
27. Структура текста.
28. Организация устного публичного выступления.
29. Цель и задачи презентации.
30. Место и время проведения презентации.
31. Оповещение журналистов о проведении презентации.
32. Отличие традиционного пресс-релиза от пресс-релиза в сети Интернет.
33. Требования к подготовке пресс-релиза в сети Интернет.
34. Специфика распространения пресс-релиза.
35. Индексация пресс-релиза.
36. Понятие "спонсорский пакет".
37. Структура спонсорского пакета.
38. Способы распространения спонсорского пакета.
39. Особенности переговоров с потенциальными спонсорами.

**ШИФР:**

А – 1, 30, 40	Е – 11, 2, 35	Л – 21, 12, 30	Р – 31, 22, 17	Х, Ц – 36, 3, 16
Б – 3, 21, 39	Ж – 13, 4, 34	М – 23, 14, 29	С – 32, 24, 12	Ч, Ш- 37, 5, 51
В – 5, 23, 38	З – 15, 6, 33	Н – 25, 16, 28	Т – 33, 26, 7	Щ, Э – 38, 7, 14
Г – 7, 25, 37	И – 17, 8, 32	О – 27, 18, 10	У – 34, 28, 4	Ю – 39, 19, 4
Д – 9, 27, 36	К – 19, 10, 31	П – 29, 20, 2	Ф – 35, 1, 9	Я – 40, 11, 24

Студентам с ограниченными возможностями здоровья увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается индивидуальная учебная работа (консультации), то есть дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы.

#### 4. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

##### Основная литература:

№ п/п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС*
1.1	Гринберг А.С.	Информационный менеджмент : учебное пособие	М. : Юнити-Дана	2015	URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114421">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114421</a>
1.2	Чумиков, А.Н.	Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренды: Учеб. пособие для студентов вузов	М.: Аспект Пресс	2012	URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=104329">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=104329</a>
1.3	М.И. Дзялошинская	Информационное сопровождение социальных проектов в современном обществе : материалы III Международной научно-практ.конференции	М. : АТиСО	2012	

\*ЭБС – электронно-библиотечная система

##### Дополнительная литература:

№ п/п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС
2.1	Дмитриева Л.М. , Вернадская Ю.С. , Костылева Т.А.	Социальная реклама : учебное пособие	М. : Юнити-Дана	2012	URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=118141">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=118141</a>
2.2	Дзялошинская М.И.	Информационное сопровождение социальных проектов в современном обществе : материалы IV Международной научно-практической конф	М. : АТиСО	2013	

#### 5. РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Интернет ресурс (адрес)	Описание ресурса
1.	<a href="http://www.gramota.ru">http://www.gramota.ru</a>	Портал о русском языке
2.	<a href="http://www.slovari.ru">http://www.slovari.ru</a>	Словари
3.	<a href="http://www.redactor.ru">http://www.redactor.ru</a>	Сайт о редактировании
4.	<a href="http://www.ruscenter.ru">http://www.ruscenter.ru</a>	Портал о СМИ
5.	<a href="http://www.gramma.ru">http://www.gramma.ru</a>	Портал о нормах коммуникаций