

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Свердловской области  
**«Свердловский областной педагогический колледж»**  
(ГАПОУ СО «СОПК»)

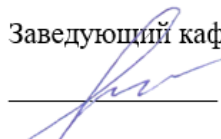
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОП.В.09 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам)**  
**Очная форма обучения**

**Рассмотрена** на заседании кафедры  
управления в социальной сфере  
20 мая 2020г., протокол № 10

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования

Заведующий кафедрой:



/Касьянова Е.Б./

**Утверждена** решением научно-методического совета ГАПОУ СО «СОПК» протокол № 11 от 03 июня 2020 г.

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.В.09 Связи с общественностью на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 51.02.02 «Социально-культурная деятельность», утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 октября 2014 г. № 1356

**Организация-разработчик:** Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение среднего профессионального образования Свердловской области «Свердловский областной педагогический колледж»

**Разработчики:** Киселева Д.С., преподаватель

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>5</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>9</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>10</b>

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.В.09 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

## 1.1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.В.09 Связи с общественностью является частью общепрофессионального цикла вариативной части основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 51.02.02 «Социально-культурная деятельность».

Учебная дисциплина ОП.В.09 Связи с общественностью обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 51.02.02 «Социально-культурная деятельность». Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии следующих ОК и ПК:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.5. Использовать современные методы организации социально-культурной деятельности.

ПК 1.8. Использовать различные способы сбора и распространения информации в профессиональной сфере.

ПК 3.5. Использовать информационные телекоммуникационные технологии в профессиональных целях.

## 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ОК, ПК	Умения	Знания
ОК 1-9 ПК 1.5. ПК 1.8. ПК 3.5.	<ul style="list-style-type: none"><li>Владеть основами исследования общественного мнения, создания положительного имиджа;</li><li>Использовать приемы и методы публичных речей при</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Содержание и сущность понятий «связи с общественностью», «общественность», «коммуникация», «имидж» и др;</li><li>Приемы и способы</li></ul>

	<p><i>организации избирательной кампании;</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Владеть навыками анализа и оценки кризисной ситуации, управления кризисами с помощью технологий и методов паблик рилейшнз;</i></li> <li>• <i>Понимать место и роль рr-менеджера в системе кризисных ситуаций;</i></li> <li>• <i>Осознавать важность управления информационным процессами в общественности;</i></li> <li>• <i>Владеть основами исследования общественного мнения, создания положительного имиджа;</i></li> <li>• <i>Использовать приемы и методы паблик рилейшнз при организации культурно-досуговой деятельности.</i></li> </ul>	<p><i>эффективного использования средств эмоционального воздействия в различных организационно-методических формах "PR";</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Принципы и методы "PR" в различных социокультурных ситуациях, ориентированных на различные слои и группы населения;</i></li> <li>• <i>История развития паблик рилейшнз, состояние паблик рилейшнз в России и регионе;</i></li> <li>• <i>Технологии и методы паблик рилейшнз, Цели, задачи и этапы рr-программы.</i></li> </ul>
--	--	---

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы учебной дисциплины	Объем часов
<b>Объем образовательной программы</b>	<b>81</b>
в том числе:	
теоретическое обучение	<b>18</b>
лабораторные работы	0
практические занятия	<b>34</b>
курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено для специальностей)</i>	0
контрольная работа	0
<i>Самостоятельная работа</i>	<b>27</b>
<b>Промежуточная аттестация в форме зачета</b>	<b>2</b>

## 2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины «Связи с общественностью»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>Раздел 1. Теоретические основы Public Relations</b>		<b>8</b>	
<b>Тема 1.1</b> Исторические аспекты становления и развития связей с общественностью. Генезис представления о предмете PR.	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	ОК 1, ОК 4
	PR как инструмент пропаганды, маркетинга и построения репутации. Организация деятельности по связям с общественностью.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>	
	1. Привести примеры репутации в компании или организации в сфере культуры.	2	
<b>Тема 1.2</b> Характеристика основных подходов к классификации PR.	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	ОК 2
	Определение PR. Классификация PR по аудиториям и задачам.	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2</b>	
	1. Описание целевой аудитории PR деятельности для разных учреждений в сфере культуры.	2	
<b>Раздел 2. Роль коммуникации в Public Relations</b>		<b>31</b>	
<b>Тема 2.1</b> PR и интегрированные маркетинговые коммуникации.	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12</b>	ОК 4, ОК 5
	Анализ ситуации и определение целевой аудитории. Постановка коммуникационных целей. Прогнозирование и оценка результатов коммуникации. Выбор каналов коммуникации и формирование бюджета маркетинговых коммуникации.	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>6</b>	
	1. Создание концепции.	2	
	2. Разработка сообщения.	2	
	3. Разработка и управление комплексов маркетинговых коммуникации.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>4</b>	
	1. Разработка таблицы сходств и различий PR от рекламы.	2	
2. Подготовить доклады на тему: Лидеры общественного мнения.	2		

<b>Тема 2.2 Корпоративные коммуникации.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	ОК 5, ОК 6, ОК 7
	Фирменный стиль и стратегическое планирование. Роль и место внутренних коммуникации. Корпоративная философия. Брендинг. Взаимоотношение со стейкхолдерами, исполнительной властью и лоббирование. Корпоративная и социальная ответственность.	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>6</b>	
	1. Продвижение первого лица компании.	2	
	2. Разработка корпоративной философии компании.	2	
	3. Брендирование компании.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>	
1. Подготовка докладов на тему: КСО как частно-государственное партнерство.	2		
<b>Тема 2.3 Кризисные коммуникации.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	ОК 3, ОК 5,
	Управление кризисной ситуацией с помощью коммуникации. Упреждающие функции управления кризисом.	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2</b>	
	1. Технология разработки стратегии и плана антикризисных коммуникации.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>4</b>	
	1. Подготовка докладов на тему «Упреждающие функции управления кризисом». 2. Подготовка докладов на тему «Отбор сотрудников для антикризисной группы».	2 2	
<b>Раздел 3. Инструменты PR-деятельности</b>		<b>42</b>	
<b>Тема 3.1 Связи со СМИ и организация событий.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	ОК 5, ПК 1.5, ПК 3.5, ПК 1.8
	Продвижение в СМИ. Правила и инструменты Media Relations. Проведение специальных мероприятий.	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>	
	1. Продвижение в социальных медиа (Digital).	2	
	2. Разработка специального мероприятия.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>4</b>	
	1. Подготовка докладов на тему «Виды специальных мероприятий в PR». 2. Подготовка докладов на тему «Кто такие инфлюенсеры и зачем они нужны?».	2 2	
<b>Тема 3.2 Публичные выступления как важный элемент работы в коммуникативном</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12</b>	ОК 2, ОК 8
	Принципы публичных выступлений. Подготовка речи к выступлению».	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>6</b>	
	1. Использование визуальных и аудио средств для презентации.	2	
	2. Тренинг для выступающих и подготовка выступлений.	2	

<b>пространстве.</b>	3. Приемы для публичного выступления.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>4</b>	
	1. Приведение 10 примеров публичного выступления в коммуникативном пространстве. Проанализировать результативность выступления. Подчеркнуть приемы инструменты в выступлении.	2	
	2. Индивидуальная подготовка публичного выступления.	2	
<b>Тема 3.3. Оценка ключевых показателей эффективности.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	ОК 3, ОК 4
	Проблемы стандартизации в оценке PR. Практика оценки эффективности PR-деятельности.	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2</b>	
	1. Анализ эффективности на примере компании, организации в сфере культуры.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>	
	1. Подготовка докладов на тему «Актуальные стандарты измерения коммуникативной активности».	2	
<b>Тема 3.4 Организационная структура PR-деятельности.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	ОК 5, ПК 1.5,
	Организационные и функциональные особенности. Взаимодействие компании и агентств.	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2</b>	
	1. Принципы организации и работы PR-агентства.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>4</b>	
	1. Подготовка докладов на тему «Особенности организации работы пресс-службы с соответствующими функциями внутри компании».	2	
	2. Разработка организационного алгоритма на неделю пресс-службы компании.	2	
<b>Тема 3.5 Будущее PR.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>5</b>	ОК 9
	Новые тенденции и технологии. Особенности продвижения в мультимедийном пространстве.		
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>	
	1. Анализ основных трендов Связей с общественностью в России.	2	
	2. Технология создания контент-плана для взаимодействия с клиентами».	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>1</b>	
	1. Подготовка докладов по теме «Есть ли у социальных сетей будущее?».	1	
<b>Зачет</b>		<b>2</b>	
<b>ВСЕГО</b>		<b>81 ч.</b>	



### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**3.1.** Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет учебной дисциплины ОП.В.09 Связи с общественностью, оснащенный оборудованием: доской учебной, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), шкафами для хранения раздаточного дидактического материала и др.; техническими средствами обучения (компьютером, средствами аудиовизуализации, мультимедийным проектором).

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

##### **3.2.1. Печатные издания**

1. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 263 с. — Текст: непосредственный.

2. Домнин, В. Н. Брендинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 411 с. — Текст: непосредственный.

##### **3.2.2. Электронные издания**

1. Всё важное и интересное из мира PR и смежных областей [Электронный ресурс], - [https://vk.com/public\\_rel](https://vk.com/public_rel)

2. Видеоуроки «Связи с общественностью» [Электронный ресурс], - <https://www.youtube.com/playlist?list=PLqW3u411sCU5Z0nBopJDzohZmkHZ3ws0m>

3. Информационный проект «Теплица социальных технологий» [Электронный ресурс], - <https://te-st.ru/>

4. Самое главное в PR [Электронный ресурс], - <https://econ.wikireading.ru/59513>

##### **3.2.3. Дополнительные источники**

1. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 486 с. — Текст: непосредственный.

2. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — Текст: непосредственный.

3. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 345 с. — Текст: непосредственный.

4. Корягина, Н. А. Самопрезентация и убеждающая коммуникация: учебник и практикум для вузов / Н. А. Корягина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 225 с. — Текст: непосредственный.

5. Чернов, А. В. Профессиональные творческие студии: учебное пособие для вузов / А. В. Чернов, М. В. Дворянова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 118 с. — Текст: непосредственный.

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Итоговый контроль в форме зачета

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Содержание и сущность понятий «связи с общественностью», «общественность», «коммуникация», «имидж» и др;</i></li> <li>• <i>Приёмы и способы эффективного использования средств эмоционального воздействия в различных организационно-методических формах "PR";</i></li> <li>• <i>Принципы и методы "PR" в различных социокультурных ситуациях, ориентированных на различные слои и группы населения;</i></li> <li>• <i>История развития публич рилейнз, состояние публич рилейнз в России и регионе;</i></li> <li>• <i>Технологии и методы публич рилейнз, Цели, задачи и этапы pr-программы.</i></li> </ul>	<p>Полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий; Понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные, дает анализ; Четко и грамотно отвечает на вопросы.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• письменный/устный опрос;</li> <li>• тестирование;</li> <li>• оценка результатов самостоятельной работы</li> </ul>
<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Владеть основами исследования общественного мнения, создания положительного имиджа;</i></li> <li>• <i>Использовать приемы и методы публич рилейнз при организации избирательной кампании;</i></li> <li>• <i>Владеть навыками анализа и оценки кризисной ситуации, управления кризисами с помощью технологий и методов публич рилейнз;</i></li> <li>• <i>Понимать место и роль pr-менеджера в системе кризисных ситуаций;</i></li> <li>• <i>Осознавать важность управления информационными процессами в общественности;</i></li> <li>• <i>Владеть основами исследования общественного мнения, создания</i></li> </ul>	<p>Свободно применяет умение (выполняет действие) на практике, в различных ситуациях; Свободно комментирует выполняемые действия (умения), отвечает на вопросы преподавателя; Способен применять умение (действие) в незнакомой ситуации, выполнять задания творческого уровня.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• - экспертная оценка практической работы,</li> <li>• -презентация бренд-бука.</li> <li>• -наблюдение</li> <li>• -зачет: Защита проекта PR-мероприятия собственного культурно-досугового проекта.</li> </ul>

<p><i>положительного имиджа;</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li><i>Использовать приемы и методы публичных отношений при организации культурно-досуговой деятельности.</i></li></ul>		
--	--	--

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

**СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП**

Сертификат 710858474967985478426001373498448859431888587349

Владелец Симонова Татьяна Сергеевна

Действителен с 26.09.2022 по 26.09.2023