

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.01.25.ДВ.01.02 Социальное проектирование

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в социальной сфере

Квалификация (степень): бакалавр

Форма обучения: очно-заочная

Институт: филологии

Кафедра: философии и социальных наук

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс		2	
Семестр/триместр		5	

Лекции		4	
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия		4	
Консультации			
Форма промежуточной аттестации		Зачет-0,2	
Контроль			
Иные формы работы			
Самостоятельная работа		63,8	

Всего часов: 72

Трудоемкость: __2__ зачетных единиц.

Разработчик рабочей программы: кандидат политических наук, доцент А.В. Толочко

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины: заключается в том, чтобы обучить будущих специалистов компетентному анализу реальных ситуаций и технологии инновационной деятельности в области социального проектирования: методам анализа, конструирования, проектирования и программирования таких объектов как социально-психологическая и социально-культурная среда, образ жизни и деятельности человека.

Задачи изучения дисциплины:

- ознакомление обучающихся с теоретико-методологическими основами дисциплины;
- усвоение обучающимися теоретического и фактологического материала, овладение умениями и навыками самостоятельной работы по изучению технологий социального проектирования;
- знание теоретических положений, обеспечивающих понимание особенностей современной социальной ситуации в стране и мире и тенденций её изменения;
- знание методологического аппарата для социального проектирования;
- ознакомление обучающихся с современными мировыми достижениями и практическими наработками в сфере социального проектирования; выявление связи между практикой социального проектирования и профессиональной деятельностью социального работника.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках вариативной части (части, формируемой участниками образовательных отношений) блока Б1. Дисциплины (модули).

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПКС - 1;	Знать: технологии медиарилейшнз (отношения со СМИ); технологии копирайтинга; технологии организации специальных мероприятий; основные инструменты внутренних коммуникаций; основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов.	Знает: основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов.
	Уметь: создавать рекламные тексты и тексты по связям с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; создать основы для сценариев специальных событий и мероприятий в рекламной кампании или	Умеет: создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; создать основы для сценариев специальных событий и мероприятий в рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.

	кампании по связям с общественностью.	
	Владеть: навыками подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.	Владеет: навыками подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.
ПКС - 2	Знать: типовые алгоритмы проектов и кампаний и методы их реализации в сфере рекламы и связей с общественностью; виды основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; основы планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью	Знает: виды основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; основы планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью
	Уметь: организовывать маркетинговые исследования в области СМИ; составлять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; понимать результаты исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.	Умеет: понимать результаты исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.
	Владеть: навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); навыками использования исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью	Владеет: навыками использования исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Очная форма обучения

Не реализуется

Очно-заочная форма обучения

№	Наименование тем и разделов	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
1.	Раздел 1. Социальное проектирование	71,8	4	4		63,8
2.	Тема 1. Проектирование как научное направление. Теоретические аспекты проектного подхода.	12	1	1		10
3.	Тема 2. Правовые основы социальных проектов и программ: федеральный и региональный уровень. Нормативная база проектирования деятельности организаций, учреждений и социальных служб.	12	1	1		10
4.	Тема 3. Информация как необходимое условие проектного подхода. Теоретико-методологические основы проектирования.	11	0,5	0,5		10
5.	Тема 4. Управление социальным проектированием. Организация работы по созданию проекта.	11	0,5	0,5		10
6.	Тема 5. Технологические стадии разработки проекта.	11	0,5	0,5		10
7.	Тема 6. Проблемы развития социального проектирования.	14,8	0,5	0,5		13,8
8.	<i>Форма отчетности</i> Зачет	0,2				
9.	<i>Итого за 5 триместр</i>	72	4	4		63,8
10.	ИТОГО:	72	4	4		63,8

Заочная форма обучения

Не реализуется

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме реферата и теста.

Примерная тематика рефератов

1. Глобализм и альтернативизм в социальном прогнозировании
2. Социальное прогнозирование и социальное проектирование
3. Женская занятость и проектирование демографической политики.
4. Социокультурное прогнозирование и проектирование.
5. История зарубежного прогнозирования и планирования.
6. История отечественного прогнозирования и планирования.
7. Планирование развития регионов и социальной сферы
8. Новейшие модели социальных технологий.

9. Методологические и логические аспекты прогнозирования.
10. Методы социального прогнозирования.
11. Образ жизни как объект социального проектирования.
12. Основы нормативно-правового проектирования.
13. Планирование социальной работы с женщинами
14. Принципы проектирования миграционного поведения.
15. Прогнозирование и управление нововведениями.
16. Проектирование женского предпринимательства в России.
17. Проектирование в школе.
18. Проектирование социального образования.
19. Проектирование социальной поддержки женщин в сфере занятости.
20. Проектирование социальной работы с детьми.
21. Современные информационные технологии в социальной работе.
22. Социокультурное проектирование в России
23. Социальное государство и планирование социальной работы.
24. Социальные нормативы и социальное планирование.
25. Социальное прогнозирование.
26. Социальное проектирование в сфере семейной политики.
27. Социальное проектирование в России в прошлом и современности.
28. Социальное проектирование и социальные инновации.
29. Социальное проектирование и управление общественным развитием.
30. Финансирование социальной работы и его проекты.
31. Целевое планирование в социальной сфере.
32. Социальное государство и основные социальные нормативы.

Примерные тесты

1. Экстраполяция — это ...
 - а) распространение выводов, сделанных при изучении одной части какого-либо явления, на другую его часть, в том числе ненаблюдаемую
 - б) разрешение трудноформализуемой или плохо формализованной задачи
 - в) метод сбора первичной информации об объективных и субъективных факторах со слов опрашиваемого
 - г) исследование каких-либо явлений путем построения их моделей
2. В результате предвидения возникает ...
 - а) прототип, прообраз предполагаемого или возможного объекта
 - б) возникает принципиально новое явление
 - в) научное обоснование планов и программ развития
3. Условия разработки, которым должен соответствовать социальный проект
 - а) должен быть создан на научной основе
 - б) должен выражать социальный заказ
 - в) должен выражать общепринятые социальные ценности

- г) должен соответствовать личным целям руководителя
- д) должен отвечать потребностям сотрудников

4. Принципы социального планирования на уровне трудовых коллективов

- а) сознательная деятельность работника для успешного развития производства
- б) условия, которые может создать коллектив для человека
- в) манипулирование
- г) хозрасчет

5. Форма социального планирования

- а) моделирование
- б) планирование при помощи косвенных рычагов
- в) экспертиза
- г) историческая аналогия

6. Социальное прогнозирование – это ...

- а) процесс создания прототипа, прообраза социальных объектов, социальных качеств, социальных процессов и отношений
- б) форма опережающего отражения действительности
- в) глубокий анализ степени вероятности и многовариантность возможных решений
- г) форма регулирования социальных процессов в обществе, связанных с жизнедеятельностью населения

7. Экспертиза относится к методам ...

- а) планирования
- б) проектирования
- в) предсказания
- г) прогнозирования

8. Предугадывание является способом выражения ...

- а) моделирования
- б) прогнозирования
- в) предчувствия
- г) предсказания

9. Поисковые прогнозы ...

- а) содержат рекомендации для осуществления соответствующих планов и программ развития
- б) выявляют, каким может быть будущее, опираясь на реальные оценки существующих в данное время тенденций развития
- в) составляются для воздействия на сознание и поведение людей с целью заставить их предотвратить предполагаемое будущее
- г) делаются для определения познавательной ценности различных методов и средств исследования будущего

10. Источники «информационного массива» социального проектирования

- а) статистические данные
- б) материалы социологических исследований
- в) анализ периодической печати
- г) межличностное общение

11. Социальное проектирование- это ...

- а) процесс создания прототипа, прообраза социальных объектов, социальных качеств, социальных процессов и отношений
- б) форма опережающего отражения действительности
- в) предвидение тенденций и перспектив возможного развития социальных систем, объектов, общественных явлений, процессов
- г) форма регулирования социальных процессов в обществе, связанных с жизнедеятельностью населения

12. К субъектам социального проектирования не относятся ...

- а) трудовые коллективы
- б) социальные институты
- в) отдельные личности
- г) технические системы

13. К этапам проектирования не относится ...

- а) уяснение проблемы
- б) моделирование
- в) планирование
- г) нормативное прогнозирование

14. Комплексный метод представляет собой ...

- а) решение ключевых неотложных задач общественного развития вне зависимости от ведомственной их принадлежности
- б) разработку программы с учетом всех главных факторов: материальных, финансовых и трудовых ресурсов, исполнителей, сроков
- в) поиск оптимального варианта решений той или иной социальной задачи, с правильным выбором приоритетов
- г) определение нескольких возможных путей решения социальных задач при наличии возможно более полной и достоверной информации

15. Методы, которые относятся к методам социального планирования

- а) метод вариантов
- б) метод экспертных оценок
- в) проблемно-целевой метод
- г) аналитический метод

- д) манипулирование
- е) хозрасчет

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета с использованием следующих оценочных материалов: перечень вопросов к зачету.

Вопросы к зачету (5 триместр очно-заочная форма обучения)

1. Социальное прогнозирование как метод научного познания: объект, предмет, его виды. Основные термины и понятия.
2. Исторические основы социального прогнозирования.
3. Основные этапы развития прогнозирования.
4. Прогнозирование, проектирование и моделирование как учебная дисциплина.
5. Социальное проектирование как основа управления.
6. Структура социального проектирования.
7. Объект, предмет, субъект социального проектирования.
8. Принципы социального проектирования.
9. Стадии социального проектирования.
10. Специфические особенности социальных систем.
11. Сущность и технология проектирования в социальной работе.
12. Типы и характеристики методов проектирования.
13. Управление проектом как стратегия.
14. Определение субъектов проекта.
15. Технология создания рабочей группы.
16. Требования к участникам и руководителям рабочей группы.
17. Общая характеристика стратегий. Различные виды стратегий.
18. Принципы постановки и реализации целей. Пирамида стратегического проекта.
19. Методики организации.
20. Целеориентированное планирование как оптимальная методика.
21. Технология целеориентированного планирования.
22. Требования к формулировке проблемы.
23. Сущность проблемно-целевого анализа.
24. Формирование заказа.
25. Осознание и описание проблемы.
26. Разработка концепции проекта.
27. Непосредственно разработка проекта.
28. Внедрение проекта.
29. Федеральный уровень социального проектирования.
30. Региональный уровень социального проектирования
31. Опыт социального проектирования в Липецкой области.
32. Фонды, организации, реализующие проекты в социальной сфере.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Гатина, Л.И. Социальное проектирование : учебно-методическое пособие / Л.И. Гатина ; Казанский государственный технологический университет. – Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2009. – 80 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270547> (дата обращения: 11.11.2020).

4.2. Дополнительная литература

1. Антипов, К.В. Основы рекламы : учебник / К.В. Антипов. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332> (дата обращения: 11.11.2020).

У. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	http://www.advertology.ru	Тематический портал «Адвертолоджи – наука о рекламе», посвященный в первую очередь рекламе, а также маркетингу и PR. Статьи доступны всем посетителям и, по преимуществу, касаются практических вопросов.	Свободный доступ
2.	http://www.marketer.ru	Сайт «Маркетер» – подборка информационных и аналитических материалов по вопросам рекламы и маркетинга в Интернете. Содержит более 2 тысяч статей. Также на сайте функционируют форумы.	Свободный доступ
3.	https://www.sostav.ru	Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе и PR	Свободный доступ

У. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека	Регистрация через любой университетский компьютер.
----	---	---	--

		онлайн	В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
3.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
4.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудитории, укомплектованной специализированной мебелью, в том числе стационарными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.