

Аннотация по дисциплине
Б1.В.ДВ.05.01 «ИМИДЖЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРАКТИКЕ
СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ»

Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы (108 часов; из них – 58,2 часа контактной работы, в том числе, 54 часа аудиторной нагрузки: лекционных 18 ч., практических 36 ч, ИКР – 0,2; 49,8 часа самостоятельной работы, КСР – 4 часа).

Цель освоения дисциплины: на основе теоретических знаний в области стратегий, инструментов и методов связей с общественностью, маркетинговых стратегий создания имиджа сформировать у обучающихся умения и навыки анализа и планирования маркетинговых и имиджевых коммуникаций в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины.

1. Сформировать **знание** инструментов и методов воздействия связей с общественностью на общественные отношения и маркетинговых стратегий формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов.
2. Развить **умение** использовать инструментарий связей с общественностью а также маркетинговые технологии для привлечения внимания к социальным проблемам и формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов.
3. Сформировать **владение** навыками анализа и планирования маркетинговых и имиджевых коммуникаций в профессиональной сфере.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Имиджевые технологии в практике социальной работы» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б1.В.ДВ.05.01) учебного плана по направлению 39.03.02 «Социальная работа». В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина читается в первом семестре. Знания, умения и навыки, полученные обучающимся в процессе ее освоения, будут способствовать последующему освоению таких учебных дисциплин, как «Сетевые технологии в социальной сфере», «Информационные технологии в социальной сфере», «Социальный маркетинг», «Технологии профессиональной коммуникации».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций ПК-11

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
	ПК-11	способностью к реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования	инструменты и методы воздействия связей с общественностью на общественные отношения, маркетинговые стратегии формирования позитивного имиджа	использовать инструментарий связей с общественностью и маркетинговые технологии для привлечения внимания к социальным проблемам и формирования	навыками анализа и планирования маркетинговых и имиджевых коммуникаций в профессиональной сфере

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов	социальной работы и реализующих ее специалистов	позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов	

Основные разделы дисциплины

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре (для студентов ОФО)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Имиджевые технологии в структуре связей с общественностью	12	2	4		6
2.	Коммуникативные основы имиджевых технологий	11	2	4		5
3.	Структура имиджевой кампании	17,8	4	6		7,8
4.	Имидж в системе корпоративных коммуникаций	18	2	6		10
5.	Имиджевые технологии и GR-менеджмент	11	2	4		5
6.	Имиджевые коммуникации в кризисных ситуациях	11	2	4		5
7.	Взаимодействие со СМИ	12	2	4		6
8.	Имиджевые коммуникации в сети интернет	11	2	4		5
	Итого по дисциплине:	103,8	18	36		49,8

Курсовые проекты или работы: не предусмотрены

Вид аттестации: зачет.

Основная литература

1. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 337 с. - (Серия : Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-9890-0. - Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D

2. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 263 с. - (Серия : Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-00227-0. - Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/09F0A4F7-A8CB-430B-BE4E-C92C2C63127B

3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - <https://e.lanbook.com/book/97267>

Автор(ы) РПД: А.Б. Сазантович