

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 19.05.2026 09:29:35
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4 к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.02 PR-технологии в социальной сфере

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

39.04.02. Социальная работа

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Социальная работа с различными категориями населения

(наименование образовательной программы)

очная

(форма обучения)

Год набора 2026

Город Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Сучкова Елена Юрьевна, кандидат истор. наук, доцент, доцент кафедры социологии управления

Заведующий кафедрой:

Зырина Ярослава Александровна, канд. социол. наук, заведующий кафедрой социологии управления

Рабочая программа дисциплины *PR-технологии в социальной сфере* одобрена на заседании кафедры социологии управления Донецкого института-филиала РАНХиГС.

Протокол №7 от «27» 02.2026г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной
программы**

Дисциплина *PR-технологии в социальной сфере* обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции**	Наименование Компетенции**	Код индикатора достижения компетенций**	Наименование индикатора достижения компетенций**	Образовательный результат**
03.003 Руководитель организации социального обслуживания <i>Зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 15 июля 2020 года, регистрационный N 58960</i>	ПК-1	Способен обеспечить развитие организации и социального обслуживания	ПК-1.8	Организовывает использование маркетинговых технологий с целью исследования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов	ПК-1.8 3-1 <i>Знает:</i> Использовать информационные технологии, в том числе информационно-телекоммуникационную сеть Интернет.
					ПК-1.8 У-1 <i>Умеет:</i> Маркетинговые технологии в социальной работе.

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

**Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

**2.Объем и место дисциплины в структуре образовательной
программы**

Указывается:

общий объем дисциплины 3 з. е., 108 а. ч.;

объем академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем 36 (14 Л., 18 С.) и 72 самостоятельную работу обучающихся;

количество академических часов, выделенных на практическую подготовку (при наличии);

место дисциплины в структуре образовательной программы. Дисциплина PR-технологии в социальной сфере читается в первом семестре

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная/очно-заочная/заочная форма обучения (оставить нужное)

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа			
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)							
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Катт эк	К о н т р о л ь	СРкр	СРэк	
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ											
Раздел 1. Основы теории и методологии социального маркетинга														
Тема 1	Маркетинг социальных услуг: сущность и специфика		2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	Опрос, доклад
Тема 2	Целевые аудитории и сегментирование в социальной среде		2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	Опрос, доклад
Тема 3	Формирование позитивного имиджа социального работника и учреждения		2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	Опрос, доклад, кейс
Раздел 2. Практические коммуникации и оценка результативности														

Тема 4	Информационные технологии и сеть Интернет как инструмент социального PR		2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	Опрос, доклад, кейс
Тема 5	Привлечение внимания к социальным проблемам: фандрайзинг и адвокати		2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	Опрос, доклад, кейс
Тема 6	Исследование и развитие рынка социальных услуг		2	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	Опрос, доклад, кейс
Тема 7	Оценка эффективности PR и маркетинга в социальной сфере		2	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	Опрос, доклад, кейс
Промежуточная аттестация		4	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	Зачет с оценкой
Итого		108	14	0	0	18	0	0	0	0	0	0	72	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ). ИК

– индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы КЭ

– консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения СРкр

– самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы теории и методологии социального маркетинга

Тема 1. Маркетинг социальных услуг: сущность и специфика

Аннотация: Определение рынка социальных услуг и его отличий от коммерческого рынка. Социальный маркетинг как инструмент привлечения внимания к общественным проблемам. Основы использования маркетинговых технологий для развития некоммерческих организаций.

Тема 2. Целевые аудитории и сегментирование в социальной среде

Аннотация: Методы определения и сегментирования целевых групп (получатели услуг, благотворители, волонтеры, госорганы). Построение «портрета» благополучателя. Поведенческие особенности аудиторий в социальной работе.

Тема 3. Формирование позитивного имиджа социального работника и учреждения

Аннотация: Понятие и структура имиджа в социальной сфере. Инструменты репутационного менеджмента: работа со СМИ, создание историй успеха, «человеческого лица» организации. Противодействие негативным стереотипам о социальной работе.

Тема 4. Информационные технологии и сеть Интернет как инструмент социального PR

Аннотация: Обзор современных цифровых каналов: социальные сети, мессенджеры, сайты, электронные рассылки. Правила создания контента для уязвимых групп населения. Организация обратной связи и консультирования онлайн.

Тема 5. Привлечение внимания к социальным проблемам: фандрайзинг и адвокати

Аннотация: Маркетинговые технологии сбора средств (фандрайзинг). Запуск информационных кампаний по защите прав уязвимых категорий. Инструменты адвокати: создание петиций, флешмобов, вовлечение лидеров общественного мнения.

Тема 6. Исследование и развитие рынка социальных услуг

Аннотация: Маркетинговые исследования в социальной сфере: опросы, глубинные интервью, анализ обращений граждан. Оценка удовлетворенности услугами. Прогнозирование спроса и разработка новых социальных продуктов.

Тема 7. Оценка эффективности PR и маркетинга в социальной сфере

Аннотация: Ключевые показатели результативности (количество обращений, охваты, изменения в общественном мнении). Методы отчетности перед грантодателями и госструктурами. Анализ цифровых метрик (посещаемость сайта, вовлеченность в соцсетях).

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине (*наименование*) входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)

<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135). 	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования). 	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>
<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p>	<p>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74			B	P/ Passed
60-69	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины (*индекс, наименование*) используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

тестирование, реферат, эссе, упражнения, опрос, контрольная работа, кейс и т.д. (должны совпадать с теми, что отражены в п. 3.1.)

Таблица 5.1.

Распределение баллов по видам учебной деятельности (БРС)

Раздел/Темы	Формы текущего контроля			КР
	УО	Д	К	
P-1. / T-1	5	3	5	10
P-1. / T-2	5	2	5	
P-2. / T-3	5	1	5	
P-1. / T-4	5	1	5	
P-2. / T-5	5	1	5	10
P-2. / T-6	5	1	5	
P-2. / T-7.	5	1	5	

Итого: 100 б	35	10	35	20
---------------------	----	----	----	----

УО – устный опрос;

Д – доклад;

К – кейс;

КР – контрольные работы по разделу.

Критерии оценивания опроса:

Балы	Описание критерия
5	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
4-3	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
2-1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	1	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	0,5	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	0,5	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0,5	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0,5	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	3	

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия	
0,5	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
0,25	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.

0,1	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Критерии оценивания контрольных заданий:

№	Критерий	Описание	Максимальный балл
1	Полнота раскрытия вопроса	В ответе отражены все ключевые элементы, указанные в содержании вопроса. Нет пропусков значимых аспектов темы.	2 балла
2	Точность и научная корректность определений	Правильно используются термины и понятия дисциплины. Определения соответствуют учебной программе и не содержат фактических ошибок.	2 балла
3	Опора на материалы лекции и аннотации	Ответ основан на содержании лекции и аннотации темы. Приведенные примеры соответствуют изучаемому разделу.	2 балла
4	Логичность и связность изложения	Ответ имеет четкую структуру: введение в тему, основная часть с последовательным изложением, завершающий вывод или обобщение. Мысли изложены связно.	2 балла
5	Отсутствие иностранных слов и речевых ошибок	В ответе не используются иностранные слова (кроме тех, что входят в состав терминов дисциплины). Отсутствуют грамматические и стилистические ошибки.	2 балла

0* - в журнал академической группы не выставляется

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1. Маркетинг социальных услуг: сущность и специфика

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Чем рынок социальных услуг отличается от обычного коммерческого рынка?

Вопрос 2. Что такое социальный маркетинг и для чего он используется?

Вопрос 3. Какие маркетинговые технологии можно применять для развития некоммерческих организаций?

Вопрос 4. Почему на рынке социальных услуг особенно важна работа с имиджем и доверием?

Вопрос 5. Какие задачи решает маркетинг в некоммерческой организации?

Темы для докладов:

1. Роль социального маркетинга в решении общественных проблем современности
2. Особенности поведения потребителей на рынке социальных услуг
3. Инструменты привлечения добровольцев через маркетинговые подходы
4. Методы сбора средств на социальные проекты: обзор и примеры
5. Как формируется доверие к некоммерческим организациям и специалистам социальной работы

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада – это вид самостоятельной работы, способствующий формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляют план, подбирают основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения. Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: – изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, как правило, дает сам преподаватель; – анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; – обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; – написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля. Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Тема 2. Целевые аудитории и сегментирование в социальной среде

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Что такое сегментирование целевых групп в социальной среде и зачем оно нужно?

Вопрос 2. Какие основные группы целевых аудиторий существуют в социальной работе?

Вопрос 3. Из чего складывается «портрет» благополучателя социальных

услуг?

Вопрос 4. Какие поведенческие особенности отличают получателей социальных услуг от других аудиторий?

Вопрос 5. Как различается подход к общению с благотворителями и с волонтерами?

Темы для докладов:

1. Методы составления подробного описания получателя социальных услуг

2. Особенности работы с разными возрастными группами благополучателей

3. Как привлечь и удержать добровольцев: поведенческие подходы

4. Различия в обращениях к государственным органам и частным жертвователям

5. Поведение людей в трудной жизненной ситуации и его учет при построении общения

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада – это вид самостоятельной работы, способствующий формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляют план, подбирают основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения. Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: – изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, как правило, дает сам преподаватель; – анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; – обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; – написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля. Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Тема 3. Формирование позитивного имиджа социального работника и учреждения

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Что такое имидж социального учреждения и из каких частей он складывается?

Вопрос 2. Какие инструменты помогают управлять репутацией социальной организации?

Вопрос 3. Почему важно показывать «человеческое лицо» организации в социальной сфере?

Вопрос 4. Какие негативные стереотипы существуют о социальной работе и как с ними бороться?

Вопрос 5. Какие ошибки чаще всего допускают социальные организации при формировании своего имиджа?

Темы для докладов:

1. Роль средств массовой информации в создании доверия к социальным учреждениям

2. Как рассказы о спасенных жизнях меняют отношение общества к социальной работе

3. Профессиональные качества и личные черты социального работника как основа его образа

4. Методы борьбы с предубеждениями в адрес людей, нуждающихся в помощи

5. Ошибки при построении репутации некоммерческой организации и способы их исправления

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада – это вид самостоятельной работы, способствующий формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляют план, подбирают основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения. Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: – изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, как правило, дает сам преподаватель; – анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; – обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; – написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля. Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор

источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Кейс

1. Внимательно проанализируйте всю описанную ситуацию, чтобы выявить ключевую проблему или правовую коллизию.
2. Каждое ваше утверждение или решение должно иметь чёткое обоснование нормами права или профессиональными стандартами.
3. Предлагаемый план действий излагайте в виде конкретных, последовательных и реализуемых шагов.
4. Обязательно оцените возможные последствия как самой ситуации, так и вашего предложенного решения.
5. Формулируйте итоговый ответ структурированно, лаконично и в официально-деловом стиле.

Кейс 1

Ситуация: В небольшом городе работает центр помощи семьям с детьми. Местные жители считают, что туда обращаются только неблагополучные родители, и поэтому стесняются приходить за консультациями. За год число обращений снизилось на треть. При этом сотрудники центра квалифицированные, услуги бесплатные и качественные, но население об этом не знает.

Задание: Предложите два инструмента формирования положительного имиджа, которые помогут изменить отношение горожан к центру и привлечь новых получателей услуг. Объясните, как каждый инструмент повлияет на восприятие организации.

Кейс 2

Ситуация: На городском форуме появился гневный отзыв от женщины, которая утверждает, что социальный работник наругала ее пожилой матери и отказала в помощи. Пост набрал много просмотров и негативных комментариев в адрес учреждения. При проверке выяснилось, что действительно произошел конфликт: сотрудница была перегружена и сорвалась на посетительнице, но затем все же оказала необходимую помощь.

Задание: Опишите порядок действий организации по урегулированию данной ситуации и восстановлению имиджа. Какие шаги нужно предпринять в первую очередь и какую информацию следует донести до общественности?

Тема 4. Информационные технологии и сеть Интернет как инструмент социального PR

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Какие современные цифровые каналы могут использовать социальные организации для связи с населением?

Вопрос 2. Какие правила нужно соблюдать при создании контента для уязвимых групп населения?

Вопрос 3. Для чего социальной организации нужна обратная связь в интернете и как ее организовать?

Вопрос 4. Какие возможности для консультирования онлайн существуют в социальной работе?

Вопрос 5. Как социальным организациям привлекать подписчиков в свои интернет-страницы?

Темы для докладов:

1. Социальные сети как площадка для привлечения внимания к общественным проблемам

2. Особенности ведения страницы организации для пожилых людей и их родственников

3. Использование мессенджеров для быстрого консультирования получателей услуг

4. Создание понятных памяток и инструкций для людей с ограниченными возможностями здоровья

5. Правила безопасного сбора и хранения личных данных при онлайн-консультировании

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада – это вид самостоятельной работы, способствующий формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляют план, подбирают основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения. Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: – изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, как правило, дает сам преподаватель; – анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; – обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; – написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля. Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема

доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Кейс

1. Внимательно проанализируйте всю описанную ситуацию, чтобы выявить ключевую проблему или правовую коллизию.

2. Каждое ваше утверждение или решение должно иметь чёткое обоснование нормами права или профессиональными стандартами.

3. Предлагаемый план действий излагайте в виде конкретных, последовательных и реализуемых шагов.

4. Обязательно оцените возможные последствия как самой ситуации, так и вашего предложенного решения.

5. Формулируйте итоговый ответ структурированно, лаконично и в официально-деловом стиле.

Кейс 1

Ситуация: Областной центр социальной помощи открыл страницу во ВКонтакте, но за три месяца на нее подписалось всего 54 человека, в основном сотрудники. Посты набирают по 10–15 просмотров. Центр тратит время на подготовку новостей, но они никого не интересуют. При этом реальное количество нуждающихся в помощи в городе превышает 5000 человек.

Задание: Предложите три конкретных шага по изменению контент-стратегии, которые помогут увеличить количество подписчиков и охваты. Объясните, какой контент будет востребован целевой аудиторией.

Кейс 2

Ситуация: Фонд помощи детям с тяжелыми заболеваниями решил запустить онлайн-консультирование для родителей. Для этого закупили оборудование и обучили двух психологов. Однако через месяц выяснилось, что родители не обращаются в чат: стесняются писать, боятся, что их личные данные утекут, и не знают, как правильно сформулировать вопрос. За месяц поступило всего 3 обращения.

Задание: Разработайте план по повышению доверия к онлайн-консультированию и увеличению числа обращений. Какие элементы интерфейса и текстовые шаблоны нужно создать, чтобы родителям было проще начать разговор?

Тема 5. Привлечение внимания к социальным проблемам: фандрайзинг и адвокаси

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Что такое сбор средств в социальной сфере и для чего он нужен?

Вопрос 2. Какие существуют способы привлечения пожертвований от обычных граждан?

Вопрос 3. Что такое защита прав уязвимых групп и как запустить информационную кампанию в их поддержку?

Вопрос 4. Какие инструменты помогают привлечь внимание общества к несправедливой ситуации?

Вопрос 5. Как правильно выбрать известного человека для поддержки социальной кампании?

Темы для докладов:

1. Этические правила проведения сбора пожертвований для нуждающихся граждан

2. Использование социальных сетей для защиты прав людей с ограниченными возможностями

3. Роль известных людей в кампаниях по привлечению внимания к проблемам детей-сирот

4. Правила написания петиции: как сделать так, чтобы ее подписали тысячи людей

5. Проведение акций и мероприятий для сбора средств на лечение тяжелобольных детей

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада – это вид самостоятельной работы, способствующий формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляют план, подбирают основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения. Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: – изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, как правило, дает сам преподаватель; – анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; – обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; – написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля. Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Кейс

1. Внимательно проанализируйте всю описанную ситуацию, чтобы выявить ключевую проблему или правовую коллизию.
2. Каждое ваше утверждение или решение должно иметь чёткое обоснование нормами права или профессиональными стандартами.
3. Предлагаемый план действий излагайте в виде конкретных, последовательных и реализуемых шагов.
4. Обязательно оцените возможные последствия как самой ситуации, так и вашего предложенного решения.
5. Формулируйте итоговый ответ структурированно, лаконично и в официально-деловом стиле.

Кейс 1

Ситуация: В городе существует приют для бездомных животных, который существует только на пожертвования горожан. В последние три месяца сборы упали вдвое. Люди говорят, что «устали от просьб», не видят результатов и перестали доверять организации. В приюте 80 собак и 50 кошек, и им не хватает корма на следующую неделю.

Задание: Разработайте план информационной кампании по сбору средств, которая восстановит доверие горожан. Укажите, какие сведения нужно публиковать и какие способы сбора использовать, чтобы люди снова начали жертвовать.

Кейс 2

Ситуация: В регионе вступил в силу закон, по которому люди с ограниченными возможностями здоровья потеряли право на бесплатный проезд в городском транспорте. Организация инвалидов пыталась добиться отмены закона, но чиновники игнорируют письма и не идут на встречу. Акция протеста из 20 человек не привлекла внимания средств массовой информации.

Задание: Предложите комплекс инструментов защиты прав, которые включают создание петиции, флешмоб и привлечение известного человека. Опишите, как именно эти инструменты должны быть реализованы, чтобы на них обратили внимание власти и журналисты.

Тема 6. Исследование и развитие рынка социальных услуг

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Какие способы исследования потребностей населения в социальных услугах существуют?

Вопрос 2. Как оценить, довольны ли люди получаемыми социальными услугами?

Вопрос 3. Как предсказать, какие социальные услуги будут нужны людям в ближайшее время?

Вопрос 4. Что такое разработка новых социальных продуктов и как она

происходит?

Вопрос 5. Зачем анализировать обращения граждан и как это делать правильно?

Темы для докладов:

1. Проведение опроса среди получателей услуг: от составления вопросов до обработки ответов
2. Как провести личную беседу с человеком, чтобы узнать его истинные потребности
3. Использование жалоб и предложений для улучшения работы социальной организации
4. Предсказание спроса на услуги для пожилых людей в сельской местности
5. Создание новой услуги на примере проката технических средств реабилитации

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада – это вид самостоятельной работы, способствующий формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляют план, подбирают основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения. Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: – изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, как правило, дает сам преподаватель; – анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; – обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; – написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля. Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Кейс

1. Внимательно проанализируйте всю описанную ситуацию, чтобы выявить ключевую проблему или правовую коллизию.
2. Каждое ваше утверждение или решение должно иметь чёткое обоснование нормами права или профессиональными стандартами.
3. Предлагаемый план действий излагайте в виде конкретных, последовательных и реализуемых шагов.
4. Обязательно оцените возможные последствия как самой ситуации, так и вашего предложенного решения.
5. Формулируйте итоговый ответ структурированно, лаконично и в официально-деловом стиле.

Кейс 1

Ситуация: Центр социального обслуживания ежегодно проводит опрос удовлетворенности своих клиентов. Результаты последнего опроса показали, что 80% респондентов поставили оценку «хорошо» или «отлично». Однако директор заметил, что в опросе участвуют в основном те же самые люди — пенсионеры, которые приходят в клуб по интересам. Одинокие лежачие больные и молодые родители с детьми-инвалидами в опросе практически не участвуют.

Задание: Предложите три способа, как расширить круг опрашиваемых и получить данные от тех групп, которые остаются «невидимыми». Какие вопросы нужно добавить в анкету специально для этих категорий?

Кейс 2

Ситуация: В поселке с населением 12 000 человек действует только одна социальная услуга для пожилых — доставка продуктов на дом. Однако местный совет ветеранов провел неофициальный опрос и выяснил, что почти 200 пожилых людей хотели бы иметь услугу «Социальное такси» — дешевый проезд в больницу и в магазин. При этом никто из чиновников не видит этого спроса, так как письменных заявлений нет.

Задание: Разработайте план небольшого исследования, которое докажет существование реального спроса на услугу «Социальное такси». Какие методы исследования нужно использовать и какие данные собрать, чтобы убедить администрацию выделить деньги на эту услугу?

Тема 7. Оценка эффективности PR и маркетинга в социальной сфере

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Какие показатели помогают оценить, насколько успешно прошла информационная кампания?

Вопрос 2. Как правильно составить отчет для организации, которая выделила деньги на проект?

Вопрос 3. Что такое посещаемость сайта и как ее анализировать для социальной организации?

Вопрос 4. Как измерить, изменилось ли отношение людей к социальной проблеме после кампании?

Вопрос 5. Какие данные из социальных сетей нужно отслеживать социальной организации?

Темы для докладов:

1. Как определить, что информационная кампания достигла своей цели: главные измерители результата
2. Правила составления финансового отчета для государственных органов и благотворительных фондов
3. Анализ посещаемости сайта социальной организации: что нужно знать для улучшения работы
4. Изменение отношения людей к проблеме: как провести замеры до и после кампании
5. Вовлеченность подписчиков в социальных сетях: какие показатели самые важные

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада – это вид самостоятельной работы, способствующий формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляют план, подбирают основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения. Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: – изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, как правило, дает сам преподаватель; – анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; – обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; – написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля. Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Кейс

1. Внимательно проанализируйте всю описанную ситуацию, чтобы выявить ключевую проблему или правовую коллизию.

2. Каждое ваше утверждение или решение должно иметь чёткое обоснование нормами права или профессиональными стандартами.

3. Предлагаемый план действий излагайте в виде конкретных, последовательных и реализуемых шагов.

4. Обязательно оцените возможные последствия как самой ситуации, так и вашего предложенного решения.

5. Формулируйте итоговый ответ структурированно, лаконично и в официально-деловом стиле.

Кейс 1

Ситуация: Социальная организация «Теплый дом» получила грант на проведение информационной кампании о проблеме одиноких пожилых людей. Было потрачено 200 000 рублей на видеоролики, посты в социальных сетях и печать листовок. Через два месяца представители фонда-грантодателя запросили отчет. Сотрудники организации собрали следующие данные: охват в социальных сетях — 50 000 человек, 5 видеороликов выпущено, 2 000 листовок роздано. Однако представители фонда сказали, что этих данных мало.

Задание: Какие дополнительные показатели результативности нужно предоставить, чтобы отчет был принят? Перечислите минимум четыре показателя, которые покажут реальный эффект кампании, а не просто активность. Объясните, почему они важны.

Кейс 2

Ситуация: Центр помощи детям с трудностями в развитии ведет страницу в социальной сети. За месяц страница набрала 3 000 подписчиков, но при этом количество денег, собранных на лечение, упало на 30% по сравнению с предыдущим месяцем. Руководитель центра в растерянности: казалось бы, подписчиков стало больше, а пожертвований меньше.

Задание: Проведите анализ цифровых показателей и предложите три объяснения, почему рост числа подписчиков не привел к росту сборов. Какие действия нужно предпринять, чтобы исправить ситуацию?

4.5.1. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Необходимо составить расчет по конкретной дисциплине, НАПРИМЕР

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,2	20
КТ 3	100	0,3	30
Итого:	х	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ х Коэффициент веса контрольной точки.

4.5.2. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Контрольные задания с ключами правильных ответов:

Контрольная работа 1 Раздел 1. Основы теории и методологии социального маркетинга

Тема 1, Тема 2, Тема 3

Вопрос 1. Чем рынок социальных услуг отличается от коммерческого рынка?

Вопрос 2. Что такое социальный маркетинг и для чего он используется в некоммерческих организациях?

Вопрос 3. Какие группы людей являются целевыми аудиториями в социальной работе и как их можно разделить на сегменты?

Вопрос 4. Какие инструменты помогают сформировать и поддерживать положительный образ социального работника и его организации?

Вопрос 5. Как составить «портрет» благополучателя и зачем это нужно для маркетинга в социальной сфере?

Критерии оценивания контрольной работы

№	Критерий	Описание	Максимальный балл
1	Полнота раскрытия вопроса	В ответе отражены все ключевые элементы, указанные в содержании вопроса. Нет пропусков значимых аспектов темы.	2 балла
2	Точность и научная корректность определений	Правильно используются термины и понятия дисциплины. Определения соответствуют учебной программе и не содержат фактических ошибок.	2 балла

№	Критерий	Описание	Максимальный балл
3	Опора на материалы лекции и аннотации	Ответ основан на содержании лекции и аннотации темы. Приведенные примеры соответствуют изучаемому разделу.	2 балла
4	Логичность и связность изложения	Ответ имеет четкую структуру: введение в тему, основная часть с последовательным изложением, завершающий вывод или обобщение. Мысли изложены связно.	2 балла
5	Отсутствие иностранных слов и речевых ошибок	В ответе не используются иностранные слова (кроме тех, что входят в состав терминов дисциплины). Отсутствуют грамматические и стилистические ошибки.	2 балла

КТ-2

Контрольная работа 2 Раздел 2. Практические коммуникации и оценка результативности

Тема 4, Тема 5, Тема 6, Тема 7

Контрольная работа

Вопрос 1. Какие цифровые каналы связи могут использовать социальные организации для работы с населением и в чем особенности каждого из них?

Вопрос 2. Какие правила нужно соблюдать при создании контента для уязвимых групп населения?

Вопрос 3. Что такое сбор средств для социального проекта и какие способы его организации наиболее эффективны?

Вопрос 4. Как провести исследование удовлетворенности услугами в социальной организации и зачем это нужно?

Вопрос 5. Какие показатели нужно использовать для оценки успешности информационной кампании и как составить отчет по ней?

Критерии оценивания контрольной работы

№	Критерий	Описание	Максимальный балл
1	Полнота раскрытия вопроса	В ответе отражены все ключевые элементы, указанные в содержании вопроса. Нет пропусков значимых аспектов темы.	2 балла
2	Практическая применимость и конкретность примеров	Ответ содержит конкретные примеры из практики социальной работы, упоминания реальных ситуаций или инструментов. Отсутствуют общие рассуждения без привязки к теме.	2 балла
3	Опора на материалы лекции и аннотации тем	Ответ основан на содержании лекции и аннотации раздела. Приведенные положения соответствуют	2 балла

№	Критерий	Описание	Максимальный балл
		изучаемым темам 4–7.	
4	Логичность и связность изложения	Ответ имеет четкую структуру: введение в тему, основная часть с последовательным изложением, завершающий вывод или обобщение. Мысли изложены связно.	2 балла
5	Отсутствие иностранных слов и речевых ошибок	В ответе не используются иностранные слова (кроме тех, что входят в состав терминов дисциплины). Отсутствуют грамматические и стилистические ошибки.	2 балла

5.3 Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Не используются

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме *зачета с оценкой*.

Вопросы к зачету с оценкой

1. Раскройте содержание понятия «рынок социальных услуг». Назовите не менее трех отличий рынка социальных услуг от коммерческого рынка.

2. Дайте определение социального маркетинга. Объясните, в чем заключается его основная цель и чем она отличается от цели коммерческого маркетинга.

3. Какие маркетинговые технологии могут использовать некоммерческие организации для своего развития? Приведите не менее трех примеров.

4. Перечислите основные целевые группы в социальной работе. Охарактеризуйте каждую из них с точки зрения потребностей и мотивации.

5. Какие методы сегментирования целевых групп применяются в социальной среде? Приведите пример сегментирования получателей социальных услуг.

6. Что включает в себя «портрет» благополучателя? Из каких элементов он состоит и для каких целей составляется?

7. Охарактеризуйте поведенческие особенности целевых аудиторий в социальной работе. Как они влияют на выбор инструментов коммуникации?

8. Дайте определение понятию «имидж» применительно к социальной сфере. Назовите и охарактеризуйте структурные элементы имиджа социального учреждения.

9. Перечислите инструменты репутационного менеджмента, используемые для формирования позитивного имиджа социального работника и учреждения.

10. Какими способами можно противодействовать негативным стереотипам о социальной работе? Приведите не менее трех конкретных мер.

11. Раскройте значение создания «человеческого лица» организации для формирования доверия к ней со стороны общества.

12. Назовите современные цифровые каналы, используемые в социальном PR. Охарактеризуйте особенности каждого канала применительно к работе с уязвимыми группами населения.

13. Какие правила необходимо соблюдать при создании контента для уязвимых групп населения? Приведите не менее четырех правил.

14. Как организовать обратную связь и консультирование получателей социальных услуг в онлайн-формате? Назовите этапы и требования к организации такого процесса.

15. Дайте определение понятию «сбор средств для социального проекта» (фандрайзинг). Перечислите основные технологии привлечения пожертвований.

16. Какие инструменты используются для защиты прав уязвимых категорий населения в рамках адвокати-кампаний? Приведите не менее трех примеров и охарактеризуйте каждый.

17. Раскройте содержание маркетинговых исследований в социальной сфере. Назовите методы сбора информации и цели их применения.

18. Как проводится оценка удовлетворенности получателей социальными услугами? Опишите этапы и способы сбора данных.

19. Назовите ключевые показатели результативности PR- и маркетинговой деятельности в социальной сфере. Объясните, что измеряет каждый из них.

20. Из каких разделов должен состоять отчет перед грантодателем о проведенной информационной кампании? Какие цифровые метрики необходимо включить в отчет?

6.2 Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Перечень проверочных заданий:

Раздел 1. Основы теории и методологии социального маркетинга

Тема 1. Маркетинг социальных услуг: сущность и специфика

Вопросы открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Задание 1.

В чем заключается основное отличие рынка социальных услуг от коммерческого рынка?

Задание 2.

Какую роль играет социальный маркетинг в привлечении внимания к общественным проблемам?

Задание 3.

Какие основные задачи решает некоммерческая организация, используя маркетинговые технологии?

Задание 4.

Почему для социальной сферы важен позитивный имидж специалистов, реализующих социальную работу?

Тестовые задания комбинированного типа с инструкцией по выполнению и ключами правильных ответов:

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, а текст обоснования).

Задание 1.

Что из перечисленного является главной целью маркетинга в некоммерческой организации, работающей в социальной сфере?

- А) Получение максимальной прибыли от продажи услуг.
- Б) Решение конкретной социальной проблемы и привлечение внимания к ней.
- В) Завоевание монопольного положения на рынке.
- Г) Снижение налоговых выплат.

Задание 2.

Какой инструмент маркетинга позволяет социальным службам лучше понять потребности целевой аудитории?

- А) Реклама в гляцевых журналах.
- Б) Проведение социологических опросов и фокус-групп.
- В) Рост цен на услуги.
- Г) Сокращение числа сотрудников.

Задания закрытого типа:

Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.
3. Выбрать несколько правильных ответов.
4. Записать только буквы выбранного варианта ответа (например, А С).

Задание 1.

Какие из перечисленных характеристик относятся к рынку социальных услуг?

- А) Ориентация на прибыль как главный показатель успеха.
- Б) Удовлетворение общественных потребностей.
- В) Привлечение добровольцев и благотворителей.
- Г) Высокая конкуренция за снижение себестоимости.

Задание 2.

Социальный маркетинг обычно направлен на:

- А) Продвижение товаров массового потребления.
- Б) Изменение вредных привычек населения.
- В) Привлечение внимания к экологическим проблемам.
- Г) Увеличение продаж брендовой одежды.

Задание 3.

Какие задачи решает использование маркетинга в деятельности социальных служб?

- А) Формирование доверия граждан к организации.
- Б) Получение коммерческой выгоды от каждого клиента.
- В) Информирование о доступных мерах поддержки.
- Г) Повышение налоговой нагрузки на малоимущих.

Задание 4.

Что из перечисленного способствует созданию позитивного имиджа социального работника?

- А) Высокий уровень профессионализма и этики.
- Б) Скрытие информации о реальных проблемах клиентов.
- В) Открытость и готовность помочь.
- Г) Навязывание платных услуг.

Тема 2. Целевые аудитории и сегментирование в социальной среде

Вопросы открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Задание 1.

Какие основные группы людей можно выделить в качестве целевых аудиторий для социальной организации?

Задание 2.

Что такое «портрет» благополучателя и для чего его составляют?

Задание 3.

Какие поведенческие особенности могут отличать волонтеров от обычных получателей услуг?

Задание 4.

Почему важно учитывать особенности поведения разных аудиторий при планировании маркетинга в социальной сфере?

Тестовые задания комбинированного типа с инструкцией по выполнению и ключами правильных ответов:

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

- 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.*
- 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.*
- 3. Выбрать один верный ответ.*
- 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.*
- 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, а текст обоснования).*

Задание 1.

Какой метод сегментирования лучше всего подходит для деления благополучателей по их финансовым возможностям и возрасту?

- А) Географический (по месту жительства).*
- Б) Социально-демографический (по доходу, возрасту, полу).*
- В) Психографический (по стилю жизни и ценностям).*
- Г) Поведенческий (по отношению к услуге).*

Задание 2.

Что является главным мотивом для участия в социальных проектах у типичного благотворителя?

- А) Получение финансовой выгоды от вложений.*
- Б) Желание участвовать в решении общественно важных проблем и чувство сопричастности.*
- В) Принуждение со стороны государства.*
- Г) Стремление к монополизации рынка услуг.*

Задания закрытого типа:

Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.
3. Выбрать несколько правильных ответов.
4. Записать только буквы выбранного варианта ответа (например, А С).

Задание 1.

Какие группы относятся к основным целевым аудиториям некоммерческой социальной организации?

- А) Конкурирующие коммерческие фирмы.
- Б) Люди, нуждающиеся в социальной помощи (благополучатели).
- В) Налоговые инспекции.
- Г) Добровольцы и волонтеры.

Задание 2.

При составлении «портрета» благополучателя важно учитывать:

- А) Его любимые торговые марки одежды.
- Б) Уровень дохода и материальное положение.
- В) Основные жизненные трудности и проблемы.
- Г) Количество подписчиков в социальных сетях.

Задание 3.

Какие поведенческие особенности характерны для государственных органов как целевой аудитории?

- А) Заинтересованность в отчетности и соблюдении законов.
- Б) Ожидание быстрой личной выгоды от сотрудничества.
- В) Необходимость в публичной отчетности о результатах.
- Г) Желание скрыть любую информацию о своей работе.

Задание 4.

Для чего используется сегментирование аудитории в социальной работе?

- А) Чтобы разделить людей на группы со схожими потребностями.
- Б) Чтобы запутать клиентов и усложнить получение помощи.
- В) Чтобы точнее подобрать способы информирования каждой группы.
- Г) Чтобы повысить плату за услуги для всех категорий граждан.

Тема 3. Формирование позитивного имиджа социального работника и учреждения

Вопросы открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Задание 1.

Что понимается под имиджем социального учреждения и из каких элементов он складывается?

Задание 2.

Как создание историй успеха помогает в формировании позитивного имиджа социального работника?

Задание 3.

Какие инструменты репутационного менеджмента используются для работы со средствами массовой информации?

Задание 4.

Почему важно противодействовать негативным стереотипам о социальной работе?

Тестовые задания комбинированного типа с инструкцией по выполнению и ключами правильных ответов:

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

- 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.*
- 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.*
- 3. Выбрать один верный ответ.*
- 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.*
- 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, а текст обоснования).*

Задание 1.

Какой элемент имиджа социального учреждения важнее всего для формирования доверия у получателей услуг?

- А) Дорогая мебель в кабинетах.*
- Б) Профессионализм, доброжелательность и открытость сотрудников.*
- В) Количество подписчиков в интернете.*
- Г) Громкое название организации.*

Задание 2.

Что является главным способом создания «человеческого лица» у социальной организации?

- А) Публикация сухих отчетов и статистики.*
- Б) Демонстрация конкретных историй помощи и личностей специалистов.*
- В) Изменение названия организации на более модное.*
- Г) Полный запрет на общение сотрудников с журналистами.*

Задания закрытого типа:

Прочитайте текст, выберите правильные ответы

- 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.*

2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.
3. Выбрать несколько правильных ответов.
4. Записать только буквы выбранного варианта ответа (например, А С).

Задание 1.

Какие из перечисленных методов помогают формировать позитивный имидж социального работника?

- А) Публикация новостей об успешной помощи клиентам.
- Б) Соккрытие любых ошибок и трудностей в работе.
- В) Акцент на высоких доходах специалистов.
- Г) Проведение встреч с населением и открытых дней.

Задание 2.

Какие утверждения о структуре имиджа социальной организации являются верными?

- А) Имидж складывается только из внешнего вида здания.
- Б) Важную роль играет репутация, создаваемая отзывами клиентов.
- В) Имидж не зависит от поведения сотрудников на рабочих местах.
- Г) Внешний вид и стиль общения сотрудников влияют на общий образ.

Задание 3.

Что помогает эффективно противодействовать негативным стереотипам о социальной работе?

- А) Регулярное размещение в СМИ историй о реальной помощи людям.
- Б) Игнорирование критики и жалоб со стороны населения.
- В) Привлечение известных людей для поддержки проектов.
- Г) Прекращение всякой рекламной деятельности.

Задание 4.

В рамках репутационного менеджмента работа со СМИ предполагает:

- А) Публикацию только хвалебных статей, написанных самой организацией.
- Б) Предоставление журналистам фактов и комментариев экспертов.
- В) Приглашение журналистов на благотворительные акции и мероприятия.
- Г) Полный запрет на съемку в учреждении.

Раздел 2. Практические коммуникации и оценка результативности

Тема 4. Информационные технологии и сеть Интернет как инструмент социального PR

Вопросы открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Задание 1.

Какие основные цифровые каналы могут использоваться социальными организациями для связи с населением?

Задание 2.

Какие правила необходимо соблюдать при создании контента для уязвимых групп населения (например, пожилых людей или людей с ограниченными возможностями)?

Задание 3.

Для чего социальной организации необходима организация обратной связи через интернет?

Задание 4.

Как мессенджеры можно использовать для консультирования получателей социальных услуг?

Тестовые задания комбинированного типа с инструкцией по выполнению и ключами правильных ответов:

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

- 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.*
- 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.*
- 3. Выбрать один верный ответ.*
- 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.*
- 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, а текст обоснования).*

Задание 1.

Какой цифровой канал лучше всего подходит для срочного информирования большого числа людей о начале записи на услугу?

- А) Размещение информации на бумажном стенде у входа в учреждение.*
- Б) Рассылка сообщений в мессенджерах и социальных сетях.*
- В) Публикация статьи в печатной газете.*
- Г) Ожидание, пока люди сами позвонят и узнают новости.*

Задание 2.

Что является главным преимуществом создания группы социального учреждения в социальных сетях?

- А) Возможность собирать персональные данные всех пользователей.*
- Б) Создание постоянного канала общения с разными целевыми аудиториями.*
- В) Возможность полностью заменить личные приемы граждан.*
- Г) Снижение расходов на зарплату сотрудникам.*

Задания закрытого типа:

Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответов.
3. Выбрать несколько правильных ответов.
4. Записать только буквы выбранного варианта ответа (например, А С).

Задание 1.

Какие каналы относятся к современным цифровым инструментам социального PR?

- А) Социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники).
- Б) Доски объявлений у подъездов.
- В) Электронные почтовые рассылки.
- Г) Печатные листовки, распространяемые вручную.

Задание 2.

При создании контента для уязвимых групп населения важно:

- А) Использовать мелкий шрифт для экономии места.
- Б) Писать простым языком, без сложных терминов.
- В) Сопровождать текст понятными картинками.
- Г) Использовать много иностранных слов для солидности.

Задание 3.

Для чего социальной организации нужна обратная связь от клиентов онлайн?

- А) Чтобы узнать мнение людей и улучшить свою работу.
- Б) Чтобы сократить количество обращений в организацию.
- В) Чтобы вовремя отвечать на жалобы и помогать решать проблемы.
- Г) Чтобы собирать штрафы за некорректные отзывы.

Задание 4.

Какие задачи можно решать с помощью консультирования онлайн в социальной сфере?

- А) Объяснить, какие документы нужны для получения услуги.
- Б) Провести сложную медицинскую операцию через интернет.
- В) Записать человека на прием к специалисту.
- Г) Выдать наличные деньги через сообщение.

Тема 5. Привлечение внимания к социальным проблемам: фандрайзинг и адвокаты

Вопросы открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Задание 1.

Что такое фандрайзинг и для чего он используется в социальной сфере?

Задание 2.

Какие инструменты адвокаты помогают привлечь внимание к защите прав уязвимых категорий граждан?

Задание 3.

Почему для успешного сбора средств важно правильно рассказать о социальной проблеме?

Задание 4.

Как вовлечение лидеров общественного мнения помогает в проведении информационных кампаний?

Тестовые задания комбинированного типа с инструкцией по выполнению и ключами правильных ответов:

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, а текст обоснования).

Задание 1.

Какой инструмент лучше всего подходит для быстрого сбора средств на срочную помощь конкретной семье, оказавшейся в трудной ситуации?

- А) Публикация объявления в газете.
- Б) Создание сбора в социальных сетях с подробным описанием истории.
- В) Рассылка официальных писем с уведомлениями в государственные органы.
- Г) Проведение многомесячной конференции для экспертов.

Задание 2.

Что является главной целью запуска петиции в рамках адвокаты-кампании?

- А) Сбор личных подписей для составления базы данных граждан.
- Б) Привлечение внимания властей к проблеме и требование изменений.
- В) Развлечение населения и создание шумного праздника.
- Г) Заработок денег на продаже подписных листов.

Задания закрытого типа:

Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.
3. Выбрать несколько правильных ответов.
4. Записать только буквы выбранного варианта ответа (например, А С).

Задание 1.

Какие методы относятся к инструментам фандрайзинга (сбора средств) для социальных проектов?

- А) Проведение благотворительного концерта с продажей билетов.
- Б) Отказ от любой рекламной деятельности.
- В) Организация сбора пожертвований через интернет.
- Г) Увеличение налогов для населения.

Задание 2.

Какие действия являются примерами адвокации (защиты прав и интересов)?

- А) Создание и распространение петиции с требованиями к властям.
- Б) Соккрытие информации о нарушении прав граждан.
- В) Организация флешмоба в поддержку людей с ограниченными возможностями.
- Г) Запрет на любые публичные выступления граждан.

Задание 3.

Для чего информационные кампании привлекают лидеров общественного мнения?

- А) Чтобы получить одобрение от известной личности.
- Б) Чтобы увеличить охват аудитории и доверие к кампании.
- В) Чтобы полностью передать управление кампанией лидеру.
- Г) Чтобы показать пример для подражания и мотивировать других.

Задание 4.

Какие условия важны для успешного проведения фандрайзинговой кампании?

- А) Наличие понятной и трогательной истории о том, кому нужна помощь.
- Б) Требование обязательной платы за участие в сборе.
- В) Прозрачность информации о том, куда пойдут собранные деньги.
- Г) Обещание вернуть пожертвования с процентами через месяц.

Тема 6. Исследование и развитие рынка социальных услуг

Вопросы открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Задание 1.

Какие методы маркетинговых исследований используются в социальной сфере для изучения потребностей граждан?

Задание 2.

Как оценивается удовлетворенность граждан социальными услугами?

Задание 3.

Для чего необходимо прогнозировать спрос на социальные услуги?

Задание 4.

Что означает разработка новых социальных продуктов и для чего она проводится?

Тестовые задания комбинированного типа с инструкцией по выполнению и ключами правильных ответов:

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, а текст обоснования).

Задание 1.

Какой метод исследования лучше всего подойдет, если нужно глубоко понять личные переживания и трудности одиноких пожилых людей?

- А) Анализ статистических отчетов за прошлый год.
- Б) Проведение глубинных интервью с несколькими такими людьми.
- В) Размещение поста в социальных сетях с призывом к обсуждению.
- Г) Рассылка официальных запросов в министерства.

Задание 2.

Что является главным результатом оценки удовлетворенности граждан социальными услугами?

- А) Возможность наказать нерадивых сотрудников.
- Б) Получение данных для улучшения качества обслуживания.
- В) Создание списка людей, которые жалуются чаще других.
- Г) Полное закрытие всех жалоб без их рассмотрения.

Задания закрытого типа:

Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответов.
3. Выбрать несколько правильных ответов.

4. Записать только буквы выбранного варианта ответа (например, А С).

Задание 1.

Какие методы относятся к маркетинговым исследованиям в социальной сфере?

- А) Проведение письменных и онлайн-опросов граждан.
- Б) Изучение конкуренции между частными клиниками.
- В) Анализ жалоб и предложений из книги отзывов организации.
- Г) Подсчет количества деревьев на территории учреждения.

Задание 2.

Какие действия помогают прогнозировать спрос на социальные услуги?

- А) Анализ демографических данных (число пожилых людей, детей).
- Б) Принятие решения на основе личного мнения руководителя.
- В) Изучение обращений граждан за последние годы.
- Г) Сокращение количества услуг до минимума.

Задание 3.

Что может входить в оценку удовлетворенности получателей социальных услуг?

- А) Удобство времени приема и расположения учреждения.
- Б) Размер заработной платы руководителя организации.
- В) Вежливость и профессионализм сотрудников.
- Г) Цвет стен в кабинете директора.

Задание 4.

Какие шаги включает разработка нового социального продукта (услуги)?

- А) Выявление потребности населения в такой услуге.
- Б) Простое копирование названия услуги из другого региона.
- В) Тестирование новой услуги на небольшой группе людей.
- Г) Увольнение всех старых сотрудников перед запуском.

Тема 7. Оценка эффективности PR и маркетинга в социальной сфере

Вопросы открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Задание 1.

Какие показатели результативности используются для оценки PR-кампании в социальных сетях?

Задание 2.

Почему для отчета перед грантодателями важно фиксировать изменения в общественном мнении?

Задание 3.

Как можно измерить интерес граждан к новости, опубликованной на сайте социального учреждения?

Задание 4.

Какие данные необходимо включать в отчет о проведенной PR-акции для государственных структур?

Тестовые задания комбинированного типа с инструкцией по выполнению и ключами правильных ответов:

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, а текст обоснования).

Задание 1.

Какой цифровой показатель лучше всего демонстрирует, что пост в социальной сети вызвал активный отклик у аудитории и побудил её к действию?

- А) Количество показов поста.
- Б) Количество лайков, комментариев и репостов.
- В) Количество подписчиков на странице организации.
- Г) Размер шрифта в тексте поста.

Задание 2.

Что является главной целью сбора и анализа цифровых метрик для социальной организации?

- А) Украшение отчета красивыми разноцветными графиками.
- Б) Понимание того, какие действия и темы привлекают людей, чтобы улучшать работу.
- В) Отслеживание личной информации каждого подписчика.
- Г) Подготовка данных для покупки рекламы у конкурентов.

Задания закрытого типа:

Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать несколько правильных ответов.
4. Записать только буквы выбранного варианта ответа (например, А С).

Задание 1.

Какие показатели относятся к цифровым метрикам, важным для оценки эффективности работы сайта?

- А) Количество уникальных посетителей за месяц.
- Б) Высота здания, где находится сервер сайта.
- В) Среднее время, проведенное пользователем на сайте.
- Г) Цвет фона главной страницы сайта.

Задание 2.

Какие данные обязательно нужно включать в отчет для грантодателя о результатах кампании?

- А) Количество людей, которым была оказана помощь или дана информация.
- Б) Список всех личных покупок сотрудников за отчетный период.
- В) Отзывы и комментарии благополучателей о полученной помощи.
- Г) Подробное описание внешности каждого сотрудника.

Задание 3.

Какие изменения в общественном мнении можно считать положительным результатом PR-кампании?

- А) Рост числа людей, которые знают о проблеме детей-сирот.
- Б) Увеличение негативных комментариев в адрес организации.
- В) Повышение доверия граждан к работе социальных служб.
- Г) Полное исчезновение всех упоминаний организации в СМИ.

Задание 4.

Какие действия помогают оценить эффективность проведенного мероприятия (например, ярмарки услуг)?

- А) Подсчет количества посетителей, которые пришли на ярмарку.
- Б) Подсчет количества чашек кофе, выпитых организаторами.
- В) Анкетирование участников о том, насколько им было полезно мероприятие.
- Г) Измерение температуры воздуха в помещении во время акции.

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ БАЛЛАХ	В
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания</i>	40	

без ошибок	
<p><i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускаются неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i></p>	30-39
<p><i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i></p>	20-29
<p><i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i></p>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Не требуется

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно

рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность — до 15 минут. Вторая часть — выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность — 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть

заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно- телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

Соколова, М. М. Технологии формирования имиджа, PR и реклама в социальной сфере : учебное пособие / М. М. Соколова. — Казань : КНИТУ, 2022. — 88 с. — ISBN 978-5-7882-3291-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/478079> (дата обращения: 15.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Ромашко, Т. В. Фандрейзинг, спонсорство и благотворительность : учебно-методическое пособие для вузов / Т. В. Ромашко. — 4-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 88 с. — ISBN 978-5-507-47577-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/392408> (дата обращения: 15.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.2 . Дополнительная литература

Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально-ориентированными НКО : учебное пособие для вузов

/ Н. С. Антонова, Е. Б. Базарова, И. Б. Буртонова [и др.]. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 184 с. — ISBN 978-5-507-47658-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/403343> (дата обращения: 15.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.3 Нормативные правовые документы и иная правовая информация
(нормативные правовые акты и нормативные методические документы, иная правовая информация (при наличии))

8.4 Интернет-ресурсы
Интернет-ресурсы и Ссылки

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудитории:

- Лекционные
- Семинарские
- Помещения для самостоятельной работы

Требования к оборудованию:

- Доска
- проектор
- ПК (стационарный) или ноутбук: операционная система: не ниже Windows

7 (или аналогичная по функциям)

Требования к программному обеспечению:

- пакет Microsoft Office