

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Мастер-класс "Проведение благотворительных акций" БЗ.ДВ.4

Направление подготовки: 031600.62 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Петров А.В.

Рецензент(ы):

Тайсина Э.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 941888014

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) Петров А.В.

1. Цели освоения дисциплины

- ознакомить студентов с информационным аспектом;
- раскрыть все понятия благотворительности;
- научить студентов пользоваться категориальным аппаратом предмета ТИПМИ;
- способствовать развитию культуры мышления;
- способствовать выработке навыков многогранного, разностороннего, комплексного рассмотрения теоретических и практических проблем;
- научить студентов базовому регулированию информационных понятий;
- ознакомить студентов с нормативно-правовой базой регулирования благотворительных акций;

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.4 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3, 4 курсах, 6, 7 семестры.

Для его изучения необходимы знания, полученные в школьных курсах "Социология", "Обществознание", "Право". На курс "Мастер класс проведения благотворительных акций" могут в той или иной степени опираться различные последующие по времени изучения дисциплины социально-гуманитарной направленности, а также курсы, ориентированные на изучение практических аспектов в области рекламы, PR и политологии в целом или конкретных наук по соответствующему профилю в подготовке магистра.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-25 (профессиональные компетенции)	способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации
ПК-5 (профессиональные компетенции)	владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения
ПК-9 (профессиональные компетенции)	обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами

В результате освоения дисциплины студент:

4. должен демонстрировать способность и готовность:
 - основные направления благотворительности;
 - отличительные черты проведения благотворительных акций

- характеристики, особенности и свойства всех существующих в настоящее время благотворительных акций.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- выделять специфику благотворительности, с учетом правовых, национальных и прочих особенностей;
- видеть сходства и различия между государственными, общественными и коммерческими благотворительными акциями;
- определять важнейшие правовые моменты благотворительной акции;
- находить сильные и слабые стороны благотворительных акций;
- применять полученные знания в области профессиональной деятельности;
- применять полученные знания в научно-исследовательской деятельности;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- терминологическим аппаратом предмета ТИПМИ ;
- навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии;
- базовыми приёмами анализа понятийного аппарата.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 семестре; зачет в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. История появления благотворителей и форма проведения благотворительных акций.	6		4	4	0	

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Структура создания проекта благотворительных акций и места их проведения.	6		4	4	0	
3.	Тема 3. Модели ведения и проведения благотворительных акций.	6		4	6	0	
4.	Тема 4. Создание пресс релизов для поиска спонсоров на проведения благотворительных акций	6		4	4	0	
5.	Тема 5. Благотворительная акция как инструмент поддержки мало имущих и социально не защищенных.	7		6	6	0	
6.	Тема 6. Опыт проведения благотворительных акций в Европе и Америке.	7		6	6	0	
7.	Тема 7. государственные благотворительные акции	7		6	6	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	зачет
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	зачет
	Итого			34	36	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. История появления благотворителей и форма проведения благотворительных акций.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Благотворители. История появления и необходимость

практическое занятие (4 часа(ов)):

Тема 2. Структура создания проекта благотворительных акций и места их проведения.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Потребность в благотворительных акциях и реализация проектов.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Тема 3. Модели ведения и проведения благотворительных акций.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Благотворительные акции в ресторанах, больницах, концертных залах

практическое занятие (6 часа(ов)):

Тема 4. Создание пресс релизов для поиска спонсоров на проведения благотворительных акций

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Стилистика создания пресс релизов. Успех нахождения спонсора.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Тема 5. Благотворительная акция как инструмент поддержки мало имущих и социально не защищенных.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Необходимость в сборе пожертвования для инвалидов, детских домов

практическое занятие (6 часа(ов)):

Тема 6. Опыт проведения благотворительных акций в Европе и Америке.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Проведения благотворительных акции Джорджем Соросом, компанией Майкрософт и Королевой Великобритании

практическое занятие (6 часа(ов)):

Тема 7. государственные благотворительные акции

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Государственные благотворительные акции в парламентах и муниципальных органах.

практическое занятие (6 часа(ов)):

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. История появления благотворителей и форма проведения благотворительных акций.	6		реферат	8	устный опрос
2.	Тема 2. Структура создания проекта благотворительных акций и места их проведения.	6		презентация	10	устный доклад
3.	Тема 3. Модели ведения и проведения благотворительных акций.	6		подготовка самостоятельная	10	тестирование
4.	Тема 4. Создание пресс релизов для поиска спонсоров на проведения благотворительных акций	6		создание пресс релиза	10	письменная работа

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Благотворительная акция как инструмент поддержки малоимущих и социально незащищенных.	7		создание проекта проведения благотворительной акции	24	устный доклад
6.	Тема 6. Опыт проведения благотворительных акций в Европе и Америке.	7		самостоятельный подбор материала	24	контрольная
7.	Тема 7. государственные благотворительные акции	7		создание проекта	24	устная работа
	Итого				110	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

На лекциях:

- информационная лекция;
- проблемная лекция.

На семинарах:

- выступления студентов с докладами по заданному материалу;
- подготовка презентаций и защита рефератов;
- проблемная дискуссия;
- выполнение творческих заданий, заключающихся в переводе теоретической информации в схематическую и образно-схематическую форму;
- коллективное выполнение заданий в подгруппах с последующим представлением результатов и дискуссией.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. История появления благотворителей и форма проведения благотворительных акций.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Что такое благотворительная акция? 2. В чем заключается цель проведения благотворительной акции? 3. Назовите три формы благотворительной акции, которые на ваш взгляд являются самыми эффективными?

Тема 2. Структура создания проекта благотворительных акций и места их проведения.

устный доклад , примерные вопросы:

1. Благотворительная акция как проект 2. Структурное содержание благотворительной акции 3. Места в которых можно проводить благотворительные акции и почему они должны быть особенными

Тема 3. Модели ведения и проведения благотворительных акций.

тестирование , примерные вопросы:

1. Благотворительная акция - модель привилегированных людей 2. контент наполняемости содержательной части благотворительной акции 3. Благотворительная акция, как инструмент социального развития человека

Тема 4. Создание пресс релизов для поиска спонсоров на проведения благотворительных акций

письменная работа , примерные вопросы:

Создание сценарного плана проведения благотворительной акции для дома престарелых.

Тема 5. Благотворительная акция как инструмент поддержки мало имущих и социально не защищенных.

устный доклад , примерные вопросы:

1. Манипуляция благотворительными акциями для обогащения. 2. Благотворительная акция как неотъемлемая часть поддержки социально незащищенных в обществе 3. Благотворительная акция как необходимость решения социальной проблемы

Тема 6. Опыт проведения благотворительных акций в Европе и Америке.

контрольная , примерные вопросы:

Тема 7. государственные благотворительные акции

устная работа , примерные вопросы:

1. Благотворительная деятельность благотворительных фондов при правительстве РФ и РТ 2. Участие государственных предприятий в проведение и создание благотворительных акций 3. Государственное телевидение, как инструмент поддержки благотворительных акций

Тема . Итоговая форма контроля

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

1. Законодательная основа деятельности PR-службы.
2. Корпоративные издания как элемент внутрикорпоративной политики. Задачи, содержание, принципы деятельности.
3. Этические нормы деятельности в области связей с общественностью. Российские и зарубежные профессиональные кодексы, базовые принципы работы PR-специалистов.
4. Пресс-релиз как вид коммуникации. Требования к оформлению, содержанию, способы распространения.
5. Основные направления деятельности PR-службы. Место, приоритеты и штатный состав сотрудников службы в зависимости от вида деятельности компании (банковская структура, общественная организация, производственный холдинг, торговая фирма).
6. Корпоративный сайт. Значение, задачи, обязательные разделы, принципы информационного наполнения.
7. Документационное обеспечение деятельности PR службы в организации.
8. Типология СМИ. Принципы взаимодействия PR-службы со средствами массовой информации. Создание и поддержание контактов с пулом.
9. Планирование и отчетность в деятельности PR службы.
10. Технология организации и проведения пресс-конференции.
11. Внутрикорпоративный PR. Значение, задачи, содержание работы, взаимодействие с другими структурами организации.
12. Технология организации и проведения пресс-конференции.
13. Место и роль PR -службы в системе внешних и внутренних коммуникаций организации.
14. Организация и проведение интервью для печатных и радиоэлектронных средств массовой информации.
15. Система оценки эффективности PR деятельности. Количественные и качественные методы исследования эффективности.
16. Технология подготовки и проведения пресс-тура.

17. Участие PR-службы в формировании фирменного стиля организации. Элементы фирменного стиля.
18. Мероприятия для персонала организации. Их значение в внутрикорпоративных коммуникациях.
19. Взаимоотношения и взаимопроникновение связей с общественностью с другими гуманитарными дисциплинами.
20. Участие PR-службы в формировании репутации организации и имиджа руководителя. Методы и способы работы.
21. Типология информационных мероприятий для журналистов в области связей с общественностью. Цели, задачи, реализация.
22. Спонсорство и благотворительность. Понятия. Различия. Предпосылки и условия участия организации в благотворительной деятельности.
23. Определение целевых аудиторий организации. Способы воздействия на целевые аудитории.
24. Принципы работы PR-службы в кризисной ситуации. Антикризисный план.
25. Формы и методы работы PR-службы с клиентами организации.
26. Основные направления деятельности пресс-службы в составе PR-отдела.

7.1. Основная литература:

Варакута С. А. Связи с общественностью : Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=371726>

Гундарин Михаил Вячеславович. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие. Москва Издательство "ФОРУМ", 2011.

<http://znanium.com/go.php?id=243837>

Панкратов Ф.Г. Основы рекламы. Москва Дашков и К-, 2012.

<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=3636>

7.2. Дополнительная литература:

Мандель Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: Учебное пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Вузовский учебник, 2012. - 205 с.

<http://znanium.com/bookread.php?book=367039>

Тимофеев М. И. Связи с общественностью (паблик релейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2009. - 192 с.

<http://znanium.com/bookread.php?book=193225>

Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, пабликрилейшнз, брендинг : учебное пособие. Москва Дашков и К-, 2012.

<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7805>

7.3. Интернет-ресурсы:

благотворительный фонд - angela-vavilova.ru

журнал форбс - forbes.com

первый канал - ort.ru

правительство РТ - mon.tatarstan.ru

Социальная сеть - vk.com

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Мастер-класс "Проведение благотворительных акций"" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

- проектор и ноутбук;
- принтер и копировальный аппарат для создания раздаточных материалов;
- интерактивная доска в мультимедийном классе.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.62 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях .

Автор(ы):

Петров А.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Тайсина Э.А. _____

"__" _____ 201__ г.