

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ  
Декан ФУП

УТВЕРЖДАЮ /Н.И. Ларионова/  
(Ф.И.О. декана (директора института))

17.02.2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б.1.2.20 Коммуникативные компании по продвижению здоровья молодежи

*(код и наименование дисциплины по учебному плану)*

Направление подготовки  
(специальность)

39.03.03 Организация работы с молодежью

Квалификация выпускника

Бакалавр

*(бакалавр/магистр/специалист)*

Направленность

Реализация молодежной политики

Курс 4  
Семестр 7, 8

**Распределение учебного времени**

Трудоемкость по учебному плану	108 / 3	часов/зачетных единиц
Лекции	2	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	4	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	6	часов
Контактная работа по экзамену	-	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	102	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	-	часов
Экзамен	-	семестр
Зачет	8	семестр
БРК, ДЗ	-	семестр

                      
(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 39.03.03 Организация работы с молодежью

Программу составили:

доцент с ученой степенью кандидата наук	УиП	СОГЛАСОВАНО	О.Н. Сутырина
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина  
Кафедра управления и права

		(наименование кафедры)	
17.02.2022	протокол №	6	
(дата)			
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	Т.В. Ялялиева	
		(И.О. Фамилия)	

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими)  
кафедрой(ами).  
СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	Т.В. Ялялиева
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит  
выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	О.М. Репина
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Анисов Сергей Геннадьевич, начальник отдела молодежной политики  
Министерства молодежной политики, спорта и туризма Республики Марий Эл  
Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 17.02.2022 г.  
Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

## Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. ПК-1 Способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере образования и нормами профессиональной этики	ИДПК-1.1 Использует законодательные и другие нормативные правовые акты федерального и регионального уровней при проведении мероприятий в сфере молодежной политики	<b>знания:</b> законодательных и нормативных правовых актов при проведении коммуникативных кампаний по продвижению здоровья молодежи <b>умения:</b> использовать законодательных и нормативных правовых актов при проведении коммуникативных кампаний по продвижению здоровья молодежи <b>навыки:</b> применения законодательных и нормативных правовых актов при проведении коммуникативных кампаний по продвижению здоровья молодежи
2. ПК-3 Способен к организационно-управленческой работе в сфере молодёжной политики	ИДПК- 3.1 Разрабатывает планы и программы по организации мероприятий в сфере молодежной политики	<b>знания:</b> принципов разработки планов коммуникативных кампаний по здоровью молодежи <b>умения:</b> разрабатывать планы коммуникативных кампаний по здоровью молодежи <b>навыки:</b> разработки программы коммуникативной кампании по продвижению здоровья молодежи
	ИДПК- 3.4 Организует мероприятия по работе с молодежью	<b>знания:</b> правил организации коммуникативных мероприятий по продвижению здоровья молодежи <b>умения:</b> использовать теоретические знания при проведении коммуникативных кампаний <b>навыки:</b> организации коммуникативных мероприятий по продвижению здоровья молодежи
3. ПК-6 . Способен к осуществлению прогнозирования, проектирования и моделирования социальных процессов и явлений в сфере молодежной политики	ИДПК-6.2 Умеет собирать и анализировать информацию по проекту, анализировать и разрабатывать график проведения мероприятия	<b>знания:</b> <b>умения:</b> собирать и анализировать информацию при проведении коммуникативных кампаний по продвижению здоровья молодежи <b>навыки:</b>
	ИДПК-6.1 Применяет технологии прогнозирования, проектирования и моделирования работы с молодежью	<b>знания:</b> технологии проектирования работы с молодежью <b>умения:</b> применять технологии проектирования работы с молодежью <b>навыки:</b> использовать технологии проектирования работы с молодежью
	ИДПК-6.3 Владеет	<b>знания:</b>

	навыками планирования работ по реализации социального проекта, координации работ по достижению целей проекта, оценки социальной значимости проекта, способами распределения ответственности за результаты проекта	<b>умения:</b> <b>навыки:</b> планирования по координации работ по достижению целей проекта
--	---	--

## Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к элективным дисциплинам (модулям) ОПОП.

Дисциплина является элективной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Введение в профессиональную деятельность (ПК-1), Технологии работы с молодежью (ПК-1), Управление государственными закупками и контрактами (ПК-1), Технологии работы с молодежью (ПК-3), Теория и практика молодежного самоуправления в РФ (ПК-3), Добровольчество в молодежной среде (ПК-3), Лидерство в молодежной среде (ПК-3); практик: Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика (ПК-1), Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика (ПК-6)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих дисциплинах: Организация инновационной деятельности молодежи в цифровой экономике (ПК-1), Организация инновационной деятельности молодежи в цифровой экономике (ПК-3); практиках: Преддипломная практика (ПК-3); государственной итоговой аттестации в форме: Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ПК-3), Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ПК-6)

## Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: лекционные занятия, практические занятия

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: case-study, деловая игра, задания, классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма

## Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>Раздел 1. Семестр 7</b>	<b>36</b>	ПК-1
Лекция. 1. Отличительные характеристики коммуникации в области здравоохранения	2	

Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение 1. Работа с литературой и источниками. 2. Разработка коммуникативной компании по продвижению здоровья молодежи.	34	
Иная контактная работа:	0	

### 8 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>Раздел 2. Семестр 8</b>	<b>72</b>	ПК-1, ПК-3, ПК-6
Практическое занятие. 1. Этапы формирования успешной коммуникативной компании по продвижению здорового образа жизни	2	
Практическое занятие. 2. Защита проектов коммуникативных компаний по продвижению здоровья молодежи	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение 1. Работа с литературой и источниками. 2. Подготовка к практическим занятиям. 3. Разработка коммуникативной компании по продвижению здоровья молодежи. 4. Подготовка доклада с презентацией. 5. Подготовка к итоговому тестированию. 6. Подготовка к зачету.	68	
Иная контактная работа:	0	

## Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности. **Занятия лекционного типа** дают систематизированные знания по дисциплине, концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации. Подготовка к **занятиям семинарского типа** включает ознакомление с планом практического занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины.

Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины, оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины, к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Изучение дисциплины включает выполнение написание эссе и т.д. Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания

Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
<b>УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ</b>		
1.	Общественное здоровье и здравоохранение [Текст] : курс лекций : учеб. для студентов мед. вузов / Куценко Г. И. [и др.]. М., 2002. - 542 с. ISBN 5-88-23-43-02 3-5. Экземпляры: всего 17.	17
2.	Пискунов, В. А. Здоровый образ жизни [Электронный ресурс] / Пискунов В.А., Максинаева М.Р., Тупицына Л.П., Егорова Т.И. Москва: Прометей"" (Московский Государственный Педагогический Университе, 2012 ISBN 978-5-7042-2355-9.	<a href="http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=64251">http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=64251</a>
3.	Теплов, В. И. Физиология питания [Электронный ресурс] : учебное пособие / Теплов В. И., Боряев В. Е. 4-е изд. Москва: Дашков и К, 2020. - 456 с. ISBN 978-5-394-03891-4.	<a href="https://e.lanbook.com/book/229997">https://e.lanbook.com/book/229997</a>
4.	Борщевский, Георгий Александрович. Связи с общественностью в органах власти [Текст : Электронный ресурс] : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. Москва: Юрайт, 2022. - 267 с ISBN 978-5-534-04736-3.	<a href="https://urait.ru/bcode/492969">https://urait.ru/bcode/492969</a>
5.	Марочкина, Светлана Станиславовна. Введение в специальность. Реклама [Текст] : [учеб. пособие для студентов вузов по специальности 032401 "Реклама"] / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 239 с. ISBN 978-5-238-01657-3. Экземпляры: всего 15.	15
6.	Ромат, Евгений Викторович. Реклама [Текст] : теория и практика : [учебник для студентов экономических вузов (бакалавров) и специалистов] / Е. Ромат, Д. Сендеров. 8-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2013. - 505 с. ISBN 978-5-496-00114-4. Экземпляры: всего 22.	22
7.	Шарков, Феликс Изосимович. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. Москва: Дашков и К, 2016. - 324 с. ISBN 978-5-394-00792-7.	<a href="http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=93300">http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=93300</a>
<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ</b>		
1.	Справочно-правовая система Консультант+	<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>
2.	Информационно-правовой портал Гарант	<a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a>

6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	508 (I)	ПК RAY B314,3.(клав.,мышь оптич.,пачкорд,ИДТО ,монитор 21,5 " View Sonic VA2248-LEG (2), Проектор мультимедийный Hitachi CP-X 444 (1), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Visio Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

## Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
- умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
- умение применять теоретические знания при решении практических заданий.

Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий	Зачтено

### 7.1. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

### Темы докладов (фрагмент)

1. Основные направления в продвижении общественного здоровья.
2. Государственные и общественные организации по продвижению здоровья в

России и мире.

3. Некоммерческие организации в области здравоохранения.
4. Институт семьи в области репродуктивного здоровья.
5. Особенности разработки материалов для кампании в области демографии.
6. ВИЧ-СПИД и коммуникативные кампании.
7. Мифологизация в установках и отношении к здоровью.
8. Проблемное и предметное поле коммуникации в здравоохранении.
9. История становления коммуникативных стратегий по продвижению здоровья как самостоятельного направления.
10. Особенности консультирования по вопросам здоровья.
11. Понятие «мобилизации общественности» в вопросах продвижения здоровья.
12. Технология работы с молодежью в сфере здравоохранения.
13. Культурные досуговые программы по месту жительства с учетом возрастных групп дифференциации интересов молодежи по формированию ЗОЖ.

### **Тест для самоконтроля (по всему курсу) (фрагмент)**

*1. Паблик рилейнз – это:*

- а) организация общественного мнения в целях успешного функционирования организации и повышения репутации;
- б) платное, однонаправленное и неличное обращение, осуществляемое через СМИ и другие виды связи, агитирующее в пользу какого-либо товара, марки, фирмы;
- в) комплекс приёмов, направленных на управление производством и реализацию продукции, ориентированный на спрос потребителя.

*2. Основная цель PR:*

- а) сбыт товаров или повышение спроса на услуги;
- б) формирование ситуации успеха фирмы в обществе;
- в) сохранение репутации фирмы.

*3. Общественное мнение это:*

- а) совокупность многих индивидуальных мнений по конкретному вопросу, затрагивающему группу людей;



- б) выраженное отношение по какому–либо вопросу конкретного человека;
- в) мнение людей, которое не носит общественного характера.

4. *Отношение людей к тому или иному событию или явлению общественной жизни зависит от ряда факторов (отметьте всё необходимое):*

- а) личностный фактор;
- б) культурный фактор;
- в) образовательный фактор;
- г) этническая принадлежность.

5. *Функции PR (отметьте необходимое):*

- а) установление взаимопонимания и доверительных отношений между организацией и общественностью;
- б) создание у сотрудников чувство ответственности и заинтересованности в делах предприятия;
- в) создание положительного образа предприятия.

6. *«Чёрный PR» это:*

- а) PR-мероприятия, направленные на формирование благоприятного имиджа организации;
- б) PR-мероприятия, направленные на формирование не благоприятного имиджа конкурента.

7. *Принципы PR (отметьте всё необходимое):*

- а) говорить о себе только правду;
- б) искать «связки» с действительностью;
- в) подавать как можно больше информации о себе;
- г) тщательно отслеживать интересы и стиль подачи материалов журналистов.

8. *Особенности общественного мнения (отметьте необходимое):*

- а) общественное мнение постоянно меняется;
- б) с ним нужно постоянно работать;
- в) потенциальная направленность поведения общественности определяется реальной действительностью;
- г) общественное мнение можно изменить в большей степени событиями, а не словами;

д) необходимо работать со всей общественностью не деля её на группы.

*9. Правила написания текстового материала (отметьте необходимое):*

а) простота предложений;

б) в среднем предложение должно состоять из 25 слов;

в) убедительность сообщения должна подтверждаться фактами, цифрами;

г) описание должно производиться с помощью формы перевёрнутой пирамиды.

*10. К каналам внутрифирменного обращения относятся (возможно несколько вариантов):*

а) фирменный журнал;

г) доска объявлений;

б) многотиражная газета;

д) презентация.

в) горячий телефон;

*11. PR деятельность в области здравоохранения это:*

а) деятельность PR-специалистов, направленная на формирование внутрикорпоративных отношений;

б) деятельность PR-специалистов направленная на широкие слои общественности;

в) деятельность PR-специалистов, направленная на органы государственного управления.

*12. К методам PR-деятельности в области здравоохранения относятся (возможно несколько вариантов ответов):*

а) пресс–конференции;

б) презентации;

в) выпуск рекламных роликов;

г) демонстрация товаров в торговых точках.

*13. Каналы коммуникации, используемые в реализации задач по формированию здорового образа жизни (возможно несколько вариантов):*

а) телевидение;

б) радио;

- в) Интернет;
- г) печать, пресса;
- д) телефон.

*14. Брифинг – это:*

- а) встреча официальных лиц с представителями СМИ с целью информирования общественности по актуальным вопросам;
- б) краткая встреча журналистов с представителями официальной структуры, носящая конструктивный характер.

*15. Пресс–конференция это:*

- а) встреча официальных лиц с представителями СМИ с целью информирования общественности по актуальным вопросам;
- б) краткая встреча журналистов с представителями официальной структуры, носящая конструктивный характер;
- в) форма проведения времени фирмы – хозяина и гостей, осуществляемая на регулярной основе.

*16. Презентация это:*

- а) средство ПР, заключающееся в представлении товара, фирмы, начинающей работу на новом для себя рынке;
- б) организационная форма общения сотрудников фирмы с гостями по случаю знаменательного события;
- в) форма проведения времени фирмы – хозяина и гостей, осуществляемая на регулярной основе.

*17. Выставка это:*

- а) средство ПР, заключающееся в представлении товара, фирмы, начинающей работу на новом для себя рынке;
- б) организационная форма общения сотрудников фирмы с гостями по случаю знаменательного события;
- в) показ, основная цель которого состоит в просвещении публики путём демонстрации товаров, услуг данной фирмы.

*18. Конференция это:*

- а) короткая, сжатая по времени инструктивная встреча руководства коммерческой компании с журналистами, с приглашением органов государственной власти;

б) организационная форма общения сотрудников фирмы с гостями по случаю знаменательного события;

в) форма совещания (собрания), посвящённого рассмотрению определённой проблемы или темы.

*19. Круглый стол это:*

а) одна из форм обсуждения идеи, проблемы, имеющей значение для широких кругов общественности;

б) форма ознакомления всех желающих с деятельностью фирмы;

в) приём, осуществляемый на регулярной основе в рамках повседневной деятельности фирмы.

*20. ПР-кампания – это:*

а) краткосрочный проект по влиянию на правительственные структуры;

б) совокупность мероприятий, направленных на достижение целей ПР;

в) совокупность мероприятий, направленных на решение крупных общественных проблем.

*21. К основной цели ПР-кампании относится:*

а) формирование спроса на товары/услуги;

б) формирование благоприятного общественного имиджа фирмы;

в) эффективное воздействие на финансовое сообщество.

*22. Пресс-релиз это:*

а) бюллетень, в котором отражена полная информация о деятельности фирмы;

б) бюллетень, отражающий информацию текущего, событийного характера;

в) бюллетень, включающий в себя рекламную информацию об организации.

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

### *Вопросы к зачету*

1. Общий обзор ситуации в области общественного здоровья в мире и современной России.

2. Специфика и отличия коммуникации в области здравоохранения от других видов коммуникации.
3. Краткий обзор основ теории коммуникации.
4. Коммуникативные кампании в различных областях.
5. Связи с общественностью по продвижению и формированию здоровья молодежи.
6. Коммуникативные стратегии и кампании по продвижению здоровья
7. Здоровьесберегающее поведение.
8. Образ жизни современного человека.
9. Научно-технический прогресс и образ жизни современного человека.
10. Стратегии коммуникативных кампаний.
11. Понятие информационной кампании.
12. Советский период и пропаганда здорового образа жизни.
13. Цели и задачи коммуникативных кампаний по продвижению здоровья молодежи.
14. Основные направления в продвижении общественного здоровья
15. Государственные и общественные организации по продвижению здоровья в России и мире.
16. Некоммерческие организации в области здравоохранения.
17. Глобализация сетей общественных и религиозных организаций по продвижению здоровья.
18. Россия и мировое сообщество в профилактике социально значимых заболеваний.
19. Институт семьи и коммуникативные кампании в области репродуктивного здоровья.
20. Цели и задачи коммуникативных кампаний в области репродуктивного здоровья.
21. ВИЧ-СПИД и коммуникативные кампании.
22. Стратегия и тактика профилактики ВИЧ-СПИД.
23. Организация работы с молодежью по вопросам ВИЧ-СПИД.
24. Психическое здоровье молодежи.

25. Обзор мировых трендов в области психических расстройств.
26. Общий обзор в мире и современной России в области психических расстройств.
27. Особенности и специфика коммуникативных кампаний в области психических расстройств здоровья молодежи.
28. Технологии разработки стратегий коммуникативных кампаний.

