

Т. В. Семигіна

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ

МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК ДО КУРСУ



ДОВКІРІЯ
ДИФРОВА
ЦИВІЛІЗАЦІЯ
ЛЮДСТВА
ЩЕ СПИТЬ
ПОТЕНЦІАЛ
ЩОПЛИЧІТЬ
КОМП'ЮТЕРНІ
МЕРЕЖІ
СВІТУ
ВІД ЧАСУ
СВОЄІ
ПОЯВИ
ТЕОРЕТИКИ
СОЦІОЛОГІЇ
ПОЛІТОЛОГІЇ
ЕКОНОМІКИ

Зміст

Вступ.....	4
1. Загальна характеристика курсу.....	5
2. Короткий зміст курсу.....	6
3. Робочий тематичний план курсу	8
4. Оцінювання знань студентів	12
5. Письмове завдання.....	13
6. Питання та завдання до заліку	15
7. Матеріали до лекційних занять.....	17
<i>Лекція 1.</i> «Складові інформаційного забезпечення соціальної служби».....	17
<i>Лекція 2.</i> «Форми та методи інформаційної роботи».....	22
8. Матеріали до семінарських занять	34
<i>Семінар 1.</i> «Лобювання інтересів соціально вразливих груп».....	34
<i>Семінар 2.</i> «Рекламування та просування соціальних послуг».....	37
<i>Семінар 3.</i> «Розробка та оцінювання рекламної продукції на соціальну тематику»	44
<i>Семінар 4.</i> «Форми інформаційної роботи: робота зі ЗМІ».....	48
<i>Семінар 5.</i> «Іміджі соціальних проблем у мас-медіа».....	57
<i>Семінар 6.</i> «Освітньо-роз'яснювальна робота»	62
<i>Семінар 7.</i> «Інформаційні технології в соціальній службі, використання баз даних»	71
<i>Семінар 8.</i> «Інформаційно-консультативна робота».....	76
<i>Семінар 9.</i> «Інформаційні плани соціальної служби»	83
9. Додатки	88
<i>Додаток А.</i> Закон України «Про інформацію»	88
<i>Додаток Б.</i> Закон України «Про рекламу».....	111
<i>Додаток В.</i> Закон України «Про звернення громадян».....	133
<i>Додаток Г.</i> Баб'юк І. Громадські приймальні як один із засобів розповсюдження суспільної інформації	143
<i>Додаток Г.</i> Смирнова Т. Стилiстика рекламної комунікації.....	145

Вступ

Підготовка сучасних соціальних працівників передбачає опанування ними різнопланових знань з теорії і методики соціальної роботи, основ соціальної політики і соціального адміністрування, менеджменту організацій. Важливою складовою професійної компетенції соціальних працівників є управління інформаційними потоками в середині організації соціальної сфери, а також налагодження ефективних зв'язків із громадськістю. Загалом же, інформаційне забезпечення та рекламування діяльності соціального спрямування необхідне для того, щоб як громадськість загалом, так і потенційні споживачі соціальних послуг, а також державні інституції, представники бізнесових структур та фондів (потенційні спонсори) знали про проведення різноманітних соціальних заходів, про існування та реалізацію програм, проектів тощо.

З огляду на це програми підготовки магістрів соціальної роботи повинні передбачати курси, що мають на меті опанування студентами відповідних навичок, вмінь та знань щодо організації комунікативних процесів у соціальній сфері. У Школі соціальної роботи ім. В. І. Полтавця Національного університету «Кієво-Могилянська академія» розроблено та викладається курс «Інформаційне забезпечення соціальної сфери», який знайомить майбутніх соціальних працівників із тим, яким чином можна інформувати громадськість щодо соціальних питань.

У методичному посібнику подано програму, робочий тематичний план та основні вимоги до знань студентів, питання для дискусії, контрольні питання та завдання до занять. Видання розкриває такі теми, як принципи, функції та методи інформаційного забезпечення, форми інформаційної роботи в соціальній службі, організаційні аспекти інформаційного забезпечення соціальної служби.

У посібнику детально висвітлено особливості взаємодії між громадськими організаціями, соціальними службами та засобами масової інформації у формуванні певних іміджів соціальних проблем, ключові аспекти проведення цілеспрямованих інформаційних кампаній на соціальну тематику.

Розроблені методичні матеріали стануть у пригоді студентам, які вивчають відповідний курс або курс із менеджменту соціальних служб, і можуть бути корисними викладачам, котрі ведуть такі курси в інших навчальних закладах.

1. Загальна характеристика курсу

Курс «Інформаційне забезпечення соціальної сфери» є вибірко-вим для студентів магістерської програми Школи соціальної роботи, які опановують спеціалізацію «Соціальне адміністрування».

Мета курсу: ознайомити з тим, що дає інформаційне забезпечення для роз'яснювальної та профілактичної роботи в соціальній сфері, як краще соціальним працівникам використовувати засоби масової інформації; яким чином можна уникнути негативних іміджів та стигматизації користувачів соціальних служб, а також як формувати позитивні іміджі.

Вимоги до знань

Після опанування курсу студенти повинні знати:

- принципи зв'язків із громадськістю соціальної служби;
- специфіку підготовки рекламної та іншої друкованої продукції в соціальних службах;
- методику роботи із засобами масової інформації щодо висвітлення соціальних питань;
- особливості лобювання інтересів соціально вразливих груп населення;
- специфіку реклами в соціальній сфері;
- організацію роботи з усними та письмовими зверненнями громадян, особливості роботи громадських приймальень;
- структуру інформаційних планів соціальних служб.

Вимоги до вмінь

Після опанування курсу студенти повинні оволодіти навичками:

- оцінки поліграфічної продукції для соціальної служби;
- написання прес-релізів із соціальної тематики;
- складання планів інформаційних кампаній із соціальної тематики та проведення прес-конференцій;
- складання планів лобістських кампаній;
- організації інформаційно-консультативної роботи з населенням;
- аналізу іміджів соціальних проблем у засобах масової інформації,
- складання річного плану інформаційної роботи соціальної служби.

Міждисциплінарні зв'язки

Курсом передбачено, що студенти вивчали такі курси, як «Менеджмент соціальної роботи» та «Соціальні інновації». Знання та навички, отримані в цьому курсі, можуть бути розвинуті в курсі «Соціальна робота в громаді та місцеве самоврядування».

2. *Короткий зміст курсу*

Розділ 1. Принципи та методи інформаційного забезпечення діяльності соціальних служб

Ознайомлення з метою та завданнями курсу. Сучасні тенденції в інформаційному забезпеченні соціальних служб, установ та організацій. Складові інформаційного забезпечення соціальної служби. Принципи та функції інформаційного забезпечення. Роль досліджень в інформаційному забезпеченні.

Форми та методи інформаційної роботи. Складові комунікації в державних та недержавних організаціях. Паблік рилейшнз соціальної служби. Особливості внутрішньої комунікації у соціальних службах.

Правові засади інформаційної діяльності в соціальних службах. Законодавство, що регулює інформаційну діяльність. Особливості поширення інформації державними організаціями.

Лобіювання інтересів соціально вразливих груп. Історія лобізму як явища. Принципи та методи лобіювання. Особливості лобіювання інтересів соціально вразливих груп. Приклади лобіювання інтересів соціально вразливих груп в Україні та за кордоном. Зіставлення лобіювання та методів представництва інтересів.

Рекламування та просування соціальних послуг. Особливості реклами в соціальній сфері. Соціальна реклама: правові та організаційні аспекти. Специфіка просування (промоушн) у соціальній сфері, стратегії промоушн. Підготовка друкованої продукції (буклети, брошури, плакати тощо). Аналіз українського та зарубіжного досвіду підготовки друкованої продукції в соціальних службах для різних цільових груп (клієнти, фахівці, спонсори тощо). Технологія підготовки рекламних соціальних матеріалів, важливість претесту та пост-тесту, оцінка рекламної продукції.

Робота із засобами масової інформації. Підготовка прес-релізів щодо соціальних подій. Проведення прес-конференцій із соціальної тематики. Організацій прес-подій. Проведення тренінгів для журналістів щодо висвітлення соціальних питань.

Іміджі соціальних проблем у мас-медіа. Складові іміджу. Позитивні та негативні іміджі. Формування позитивного іміджу. Запобігання стигматизації в інформаційних матеріалах.

Освітньо-роз'яснювальна робота. Принципи та підходи до інформаційно-роз'яснювальної роботи. Складання та проведення інформаційної кампанії, приклади проведення інформаційних кампаній із соціальних питань в Україні та за кордоном. Оцінювання інформаційно-роз'яснювальної роботи.

Розділ 2. Організаційні аспекти інформаційного забезпечення соціальної служби

Сучасні інформаційні технології, особливості створення веб-сторінок. Можливості та обмеження соціальних служб у використанні інформаційних технологій. Ведення баз даних у соціальних службах: організаційні, правові та етичні аспекти.

Консультативна робота з населенням. Особливості роботи інформаційних, ресурсних та інформаційно-консультативних центрів із соціальних питань. Організація громадських приймалень: вимоги, досвід, приклади. Правові основи роботи з усними та письмовими зверненнями громадян.

Інформаційні плани соціальної служби. Складання інформаційних планів та річних звітів. Підбиття підсумків курсу.

3. Робочий тематичний план курсу

Всього годин – 81, із них, зокрема:
лекційних – 4,
семінарських – 18,
консультацій – 2.
Кредитів за курс – 1,5.
Форма контролю – залік.

Анотація

Курс знайомить студентів із тим, чому «внутрішнє» та «зовнішнє» інформаційне забезпечення важливе для соціальних служб; що дає інформаційне забезпечення для роз'яснювальної та профілактичної роботи в соціальній сфері; як краще соціальним працівникам використовувати засоби масової інформації; яким чином можна уникнути негативних іміджів та стигматизації користувачів соціальних служб, а також як формувати позитивні іміджі.

Тема 1. Принципи і методи інформаційного забезпечення діяльності соціальних служб

Лекція 1: «Складові інформаційного забезпечення соціальної служби» (2 год.)

- Ознайомлення з метою та завданнями курсу.
- Сучасні тенденції в інформаційному забезпеченні соціальних служб, установ, організацій.
- Принципи та функції інформаційного забезпечення.
- Роль досліджень в інформаційному забезпеченні.

📖 *Література (за номерами списку):* основна – 7, 17, 21, додаткова – 24, 27.

Лекція 2: «Форми та методи інформаційної роботи» (2 год.)

- Складові комунікації в державних та недержавних організаціях.
- Паблік рилейшнз соціальної служби.
- Правові засади інформаційної діяльності у соціальних службах.

Питання для самостійного опрацювання:

- Особливості внутрішньої комунікації у соціальних службах.

📖 *Література:* основна – 1, 12, 13, 17, 21 (с. 55–80), 22.

Семінар 1: «Лобіювання інтересів соціально вразливих груп» (2 год.)

- Принципи та методи лобіювання.
- Особливості лобіювання інтересів соціально вразливих груп.

- Лобіювання чи представництво інтересів?

📖 *Література*: основна – 1, 11, 12, 21 (с. 181–200), 22, 23, додаткова – 26.

Семінар 2: «Рекламування та просування соціальних послуг» (2 год.)

- Особливості реклами в соціальній сфері.
 - Соціальна реклама: правові та організаційні аспекти.
 - Специфіка просування (промоушн) у соціальній сфері.
- 📖 *Література*: основна – 4, 5, 8, 20, 21 (с. 58–59, 203–212), 22.

Семінар 3: «Розробка та оцінювання рекламної продукції на соціальну тематику» (2 год.)

- Створення друкованих рекламних матеріалів у соціальній службі.
 - Технологія підготовки рекламних соціальних матеріалів.
- 📖 *Література*: основна – 8, 13, 20, 21, 22, додаткова – 27, 29.

Семінар 4: «Форми інформаційної роботи: робота зі ЗМІ» (2 год.)

- Переваги та недоліки роботи зі ЗМІ.
- Підготовка прес-релізів щодо соціальних подій.
- Проведення прес-конференцій із соціальної тематики.
- Організація різних прес-заходів.

Питання для самостійного опрацювання:

- Проведення тренінгів для журналістів щодо висвітлення соціальних питань.

📖 *Література*: основна – 1, 11, 12, 22, 23, додаткова – 25, 27, 29.

Семінар 5: «Іміджі соціальних проблем у мас-медіа» (2 год.)

- Формування позитивного іміджу.
- Запобігання стигматизації в інформаційних матеріалах.

📖 *Література*: основна – 3, 9, 12, 17, додаткова – 28.

Семінар 6: «Освітньо-роз'яснювальна робота» (2 год.)

- Принципи та підходи до інформаційно-роз'яснювальної роботи.
- Складання та проведення інформаційної кампанії.
- Оцінювання інформаційно-роз'яснювальної роботи.

📖 *Література*: основна – 1, 12, 13 (с. 82–93), 19, 21 (с. 121–138), 23, додаткова – 29.

Тема 3. Організаційні аспекти інформаційного забезпечення соціальної служби

Семінар 7: «Інформаційні технології в соціальній службі, використання баз даних» (2 год.)

- Сучасні інформаційні технології.

- Розробка і підтримка веб-сторінок соціальних служб.
- Ведення баз даних у соціальних службах: організаційні, правові та етичні аспекти.

Питання для самостійного опрацювання:

- Можливості соціальних служб у використанні інформаційних технологій.

📖 *Література*: основна – 22, додаткова – 24.

Семінар 8: «Інформаційно-консультативна робота» (2 год.)

- Консультативна робота з населенням.
- Особливості роботи інформаційних та інформаційно-консультативних центрів із соціальних питань.
- Організація громадських приймалень.

📖 *Література*: основна – 2, 6, 10, 18, додаткова – 24.

Семінар 9: «Інформаційні плани соціальної служби» (2 год.)

- Інформаційні плани соціальної служби.
- Складання й поширення річних звітів.
- Підбиття підсумків курсу.

📖 *Література*: основна – 11, 12, 14, 15, 16, 17, 21.

Література до курсу

Основна

1. Адвокація / Ред. Т. Дешко. – К.: Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД. – <http://www.aidsalliance.kiev.ua>.
2. *Баб'юк І.* Громадські приймальні як один із засобів розповсюдження суспільної інформації. Тези до міжнародної конференції «Суспільна інформація – інструмент позитивних змін». – К., 2003.
3. ВІЧ/СПИД и СМИ. Информация для журналистов. – 4-е изд. – К.: Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД. – <http://www.aidsalliance.kiev.ua>.
4. *Войнаровська О.* Внесок соціальної реклами у формування толерантного ставлення до людей, які живуть з ВІЛ/СНІДом // Соціальна політика і соціальна робота. – 2005. – № 2. – С. 42–52.
5. *Гейдар Л., Довбах Г.* Соціальна реклама та інформування з проблеми ВІЛ/СНІД в Україні: можливості впливу на зміни у поведінкових практиках. – Доступний з: <http://feminist.org.ua/library/psihologija\ aids.php>
6. Закон України «Про звернення громадян» від 1996 р. у редакції від 13 травня 1999 р.
7. Закон України «Про інформацію» від 1992 р. у редакції від 6 травня 2003 р.
8. Закон України «Про рекламу» від 1996 р. у редакції від 24 травня 2001 р.
9. Медіа-іміджі ВІЛ/СНІДу в Україні / За ред. Т. В. Семигіної – К.: КМ Академія, 2005.
10. Наказ Міністерства юстиції України «Про затвердження Типового положення про правову громадську приймальню» від 15 червня 2005 р. № 61/5.
11. Построение партнерства: Методические рекомендации / Ред. Т. Дешко. – К.: Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД. – <http://www.aidsalliance.kiev.ua>.

12. Представництво інтересів соціально вразливих дітей та сімей: Навч. посібник / За ред. Т. В. Семигіної – К.: Четверта хвиля, 2004.
13. Разработка информационных материалов / Ред. Т. Дешко. – К.: Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД. – <http://www.aidsalliance.kiev.ua>.
14. Річний звіт Благодійного товариства «Джерела». – <http://www.djerela.kiev.ua/report.htm>.
15. Річний звіт МБФ «Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні» за 2005 р. – http://www.aidsalliance.kiev.ua/ru/library/our/finalreport/pdf/report_2005_ua.pdf.
16. Річний звіт соціальної служби «Віфанія» – <http://www.bethany-ukraine.org/?download=zvit-ukr.pdf>.
17. Семигіна Т. Інформаційне забезпечення діяльності соціальних служб і організацій // Соціальна робота в Україні: перші кроки / За ред. В. Полтавця. – К.: КМ Академія, 2000. – С. 173–196.
18. Семигіна Т. Інформаційно-консультативні центри в системі соціального захисту населення // Соціальна політика і соціальна робота. – 2000. – № 1. – С. 77–82.
19. Семигіна Т. Формування громадської думки щодо соціальних питань // Соціальна політика і соціальна робота. – 2000. – № 2. – С. 88–101.
20. Смирнова Т. Стилiстика рекламної комунікації // Наукові записки Інституту журналістики Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Вип. 19. – К., 2004.
21. Стратегія і тактика комунікації з громадськістю: Метод. посібник / В. Г. Королько та ін. – К., 2003.
22. Як стати відомим: Практичний посібник із зв'язків з громадськістю для представників громадських та благодійних організацій / Упор. О. Чердайко. – К.: КМ Академія, 2003.
23. Public Relations для громадських (недержавних) організацій: Практичні поради на щодень / Упор. А. Куліш. – К.: УОПРР та «Вінрок Інтернешл», 2001.

Додаткова

24. Азарова Т. В., Абрамов А. К. Інформаційне забезпечення процесу рішення проблеми на місцевому рівні. – 2-ге вид. – Кіровоград: ІСКМ, 2003.
25. Броули Э. Средства массовой информации // Энциклопедия социальной работы: В 3 т. – М., 1994. – Т. 3. – С. 292–297.
26. Жовніренко П. Діяльність громадських організацій: корисні поради // Соціальна політика і соціальна робота. – 1999. – № 3, 4.
27. Організація освітньої роботи серед населення. – К.: Мінпраці, 1996.
28. Семигіна Т. В., Зубець І. В., Грига І. М. ВІЛ/СНІД на сторінках українських газет і журналів: соціальний аспект проблеми // Наукові записки НаУКМА. – Т. 47. Педагогічні, психологічні науки і соціальна робота. – К., 2005. – С. 77–83.
29. Ткаченко М., Король І., Ткаченко А. Формування громадської думки в галузі прав дитини із психіатричними діагнозами. – К.: Арктур-А, 1999.

4. Оцінювання знань студентів

Умови рейтингу

Активна участь у семінарах: доповіді, відповіді, виконання письмових робіт тощо (<i>максимум 4 бали за кожен семінар</i>)	Максимум 36 балів
Відвідування занять (<i>1 бал за кожне заняття</i>)	Максимум 11 балів
Письмова аналітична робота	Максимум 28 балів
Залік (у письмовому вигляді)*	Максимум 25 балів
Усього:	Максимум 100 балів

* До заліку допускаються ті студенти, котрі відвідали не менше 80 % занять курсу.

Курс зараховується за умов виконання **всіх** перелічених видів діяльності.

Оцінка «відмінно» – 91–100 балів;

«добре» – 76–90 балів;

«задовільно» – 61–75 балів;

«незадовільно» – 60 і менше балів.

5. Письмове завдання

Кожен студент повинен подати аналітичну письмову роботу.

Мета завдання полягає у вдосконаленні навичок аналізу текстів мас-медіа та усвідомленні необхідності нестигматизуючих підходів при висвітленні соціальних проблем.

Робота полягає у:

- пошуку статей у різних українських газетах, в яких подано інформацію щодо певної соціальної проблеми;
- ґрунтовному аналізу та інтерпретації 10-15 газетних текстів (увагу, зокрема, потрібно звернути на образи, метафори, інші мовні засоби та ілюстрації до тексту; джерело інформації; жанр публікації; авторське ставлення до висвітлюваної проблеми; необхідно узагальнити підходи до висвітлення в різних газетах та порівняти їх);
- зіставленні медіа-образу певної проблеми з дійсністю (можна навести статистичні дані чи дані досліджень, теоретичні, етичні, нормативні, практичні підходи до розв'язання цієї проблеми);
- підготовці висновків та рекомендацій щодо того, яким чином краще висвітлювати таку тематику.

Обсяг роботи – 10 сторінок. Шрифт – Times New Roman, розмір – 12, інтервал між рядками – 1,5, поля не менше 2 см з усіх боків.

Робота повинна містити список використаної літератури, оформлений за науковими стандартами. У додатку мають бути копії статей, які аналізувалися, а також перелік усіх розглянутих статей, оформлений таким чином:

для друкованої версії статті:

Автор (прізвище, ім'я). Назва статті // Назва газети. – Рік видання. – Дата видання.

для он-лайн версії статті:

Автор (прізвище, ім'я). Назва статті // Назва газети. – Рік видання. – Дата видання. – Знайдено на веб-сторінці (назва сторінки) за адресою (повна адреса веб-сторінки), дата знаходження.

Статті в цьому переліку можна позначити кодом (наприклад С-1, С-2 тощо), і в тексті роботи використовувати цей код замість повторення назви статті.

Газетними публікаціями у цьому випадку вважаються такі, що були надруковані в зареєстрованому періодичному виданні, мають автора(ів), не є «інформацією одним рядком».

При аналізі можна використовувати он-лайн версії друкованих видань, наприклад: газети «День» – <http://www.day.kiev.ua>; «Вечірній Київ» – <http://www.vechirka.kiev.ua>; «Деловая неделя» –

<http://dn.kiev.ua>; «Дзеркало тижня» – <http://www.zerkalo-nedeli.com>; «2000» – <http://www.news2000.com.ua>; «Хрещатик» – <http://www.kreschatic.kiev.ua>; «Столичні новини» – <http://sn.com.ua>; тощо. Перелік загальнонаціональних українських видань, котрі мають веб-сторінки, можна знайти на сервері української преси – <http://uamedia.visti.net>, а національних та регіональних видань України – на сайті <http://www.geocities.com/ukrainianpress>.

При оцінюванні братиметься до уваги:

- глибина аналізу;
- вміння сформулювати висновки, які відповідають як основному тексту роботи, так і поставленій проблемі;
- дотримання вимог до оформлення;
- грамотність викладу.

Приклади тем для аналізу

- Проблеми біженців в Україні.
- Проблеми людей, які вживають наркотики.
- Проблеми людей похилого віку.
- Проблеми молодих сімей.
- Проблеми насильства над дітьми.
- Життя ВІА-позитивних.
- Профілактика ВІА/СНІДу.
- Проблеми людей, котрі перебувають у місцях позбавлення волі.
- Лікування ВІА/СНІДу, застосування АРВ-терапії.
- Проблеми соціального сирітства.
- Реформування медичної сфери в Україні.
- Проблеми безробітних.
- Проблеми трудової міграції з України.
- Проблеми доступності медичного обслуговування в Україні.
- Проблеми виробничого травматизму.
- Проблеми активізації мешканців громад (здійснення місцевих ініціатив).
- Упровадження програм замісної терапії.
- Питання розвитку філантропії та благодійництва в Україні.

6. Питання та завдання до заліку

Теоретичні питання

1. Проаналізуйте функції зв'язків із громадськістю соціальної служби.
2. Охарактеризуйте складові інформаційного забезпечення соціальної служби.
3. Розкрийте можливості співпраці соціальної служби із засобами масової інформації.
4. Проаналізуйте, яку роль відіграють дослідження у соціальному забезпеченні.
5. Опишіть відмінність між рекламою та соціальною рекламою.
6. Охарактеризуйте сучасні тенденції в інформаційному забезпеченні соціальних служб.
7. Проаналізуйте взаємозв'язок інформаційного забезпечення та лобювання.
8. Опишіть критерії дієвої інформаційної кампанії на соціальну тему.
9. Проаналізуйте чинники формування негативних іміджів соціальних проблем.
10. Розгляньте особливості реклами у соціальній сфері.
11. Проаналізуйте можливості соціальних служб у використанні інформаційних технологій.
12. Опишіть роль консультативних центрів та громадських приймалень в інформаційному забезпеченні соціальних служб.
13. Проаналізуйте особливості внутрішнього інформування в соціальній службі.
14. Охарактеризуйте організацію роботи зі зверненнями громадян у соціальній службі.
15. Опишіть порядок складання інформаційних планів у соціальній службі.

Практичні завдання

(кожне стосуватиметься конкретної ситуації/соціальної служби, визначеної викладачем)

1. Проаналізуйте зміст та якість друкованої продукції.
2. Напишіть прес-реліз.
3. Складіть алгоритм проведення прес-конференції.
4. Опишіть пакет інформаційних матеріалів для прес-конференції.

5. Складіть план лобістської кампанії.
6. Підготуйте текст соціальної реклами (телеролик).
7. Підготуйте текст реклами щодо просування соціальних послуг (радіоролик).
8. Запропонуйте рекламу, яка стосується здорового способу життя (бігборд або постер).
9. Визначте етапи проведення інформаційної кампанії.
10. Опишіть методику проведення оцінювання ефективності інформаційно-роз'яснювальної кампанії.
11. Напишіть інструкцію щодо ведення бази даних у соціальній службі.
12. Складіть Положення про інформаційно-консультативний пункт соціальної служби.
13. Підготуйте пам'ятку для волонтера громадської приймальної соціальної служби.
14. Складіть річний план інформаційної роботи у соціальній службі.
15. Підготуйте функціональні обов'язки фахівця зі зв'язків із громадськістю соціальної служби.