

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

---

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Связи с общественностью в сфере культуры

---

Уровень высшего образования

Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

---

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

---

Форма обучения

очная, заочная

---

г. Нижний Новгород

2023 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 Связи с общественностью в сфере культуры относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.1. Знает литературную форму государственного языка, основы устной и письменной коммуникации на иностранном языке, функциональные стили родного языка, требования к деловой коммуникации.	Знать литературную форму государственного языка, основы устной и письменной коммуникации на иностранном языке, функциональные стили родного языка, требования к деловой коммуникации Уметь выражать свои мысли на государственном, родном и иностранном языке в ситуации деловой коммуникации Владеть навыками деловой коммуникации на родном и иностранном языках	Доклад	Зачёт: Контрольные вопросы
	УК-4.2. Имеет практический опыт составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, опыт перевода текстов с иностранного языка на родной.	Знать приемы составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, технологии перевода текстов с иностранного языка на родной Уметь применять приемы составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, методику перевода текстов с иностранного языка на родной Владеть практическим опытом составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и		

		родном языках, опытом перевода текстов с иностранного языка на родной		
ПК-1. Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия	<p>ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p> <p>ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p>	<p>Знать основные теоретические и практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; специфику организации и функционирования отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах</p> <p>Уметь выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; осуществлять профессиональные функции в рамках деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах</p> <p>Владеть практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; анализа и самоанализа в системе реализации профессиональных функций в процессе деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах</p> <p>Знать основные теоретические и практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности знания о теоретических и практических аспектах</p>	Доклад	Зачёт: Контрольные вопросы

		<p>планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>Владеть практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий</p>		
	<p>ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>Знать основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе специфику организационно-управленческой работы с малыми коллективами; теоретические аспекты формирования внешней и внутренней коммуникации организации</p> <p>Уметь применять на практике основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе связанные со спецификой организационно-управленческой работы с малыми коллективами; использовать в практической деятельности знания о специфике формирования и функционирования внешней и внутренней коммуникации организации</p> <p>Владеть навыками практической деятельности, связанной с организационно-управленческой работой с малыми коллективами; непосредственного участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p>		

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
в том числе		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>		
- занятия лекционного типа	<b>0</b>	<b>0</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>32</b>	<b>6</b>
- КСР	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>39</b>	<b>61</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0</b> Зачёт	<b>4</b> Зачёт

#### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы	
	0 ф о	3 ф о	0 ф о	3 ф о	0 ф о	3 ф о	0 ф о	3 ф о	0 ф о	3 ф о
Тема 1. Государственная политика в сфере культуры	8	8			4	1	4	1	4	7
Тема 2. Особенности деятельности в сфере культуры	9	8			4	1	4	1	5	7
Тема 3. Специфика работы с разными целевыми аудиториями	9	9			4	1	4	1	5	8
Тема 4. Продвижение культурных проектов с помощью связей с общественностью	9	9			4	1	4	1	5	8
Тема 5. Организация работы со СМИ	9	9			4	1	4	1	5	8
Тема 6. PR в Сети. Построение грамотной обратной связи	9	9			4	1	4	1	5	8
Тема 7. Человеческий капитал и команда как основной ресурс в PR-продвижении культурных проектов	9	8			4		4	0	5	8
Тема 8. Событийная коммуникация	9	7			4		4	0	5	7
Аттестация	0	4								
КСР	1	1							1	1
Итого	72	72	0	0	32	6	33	7	39	61

## Содержание разделов и тем дисциплины

### Тема 1. Государственная политика в сфере культуры

Основные направления, принципы, цели и задачи государственной поддержки деятельности в сфере культуры, стратегии государственной культурной политики. Проблемы укрепления российской идентичности на основе духовно-нравственных и культурных ценностей народов Российской Федерации.

### Тема 2. Особенности деятельности в сфере культуры

Особенности применения PR-инструментов в сфере культуры. Социально-психологические аспекты построения коммуникации с посетителями культурных учреждений. Поэтапное построение PR-проекта, на основе четко сформулированной цели. Постановка задач.

### Тема 3. Специфика работы с разными целевыми аудиториями

Исследование целевой аудитории в сфере культуры. Особенности, специфика, социальный портрет. Работа с лояльными посетителями. Обратная связь. Методы создания креативной идеи по привлечению большого количества посетителей в культурные проекты и мероприятия. Проведение «мозгового штурма» с целью выявления потенциальных целевых аудиторий. Рекламные и PR-инструменты привлечения потенциальных посетителей, зрителей.

### Тема 4. Продвижение культурных проектов с помощью связей с общественностью.

Разработка проекта: проблема, аудитория, конкуренты, методы анализа и исследований, миссия, цель, задачи, KPI, мониторинг результатов, критерии успешности, жизненный цикл проекта. Разработка плана рабочих мероприятий. Подготовка и этапы проведения PR-кампании.

### Тема 5. Организация работы со СМИ.

СМИ как основной канал коммуникации в работе PR-специалиста. Конструирование новостей, создание информационных поводов. Медиакарта. Основные виды работы со СМИ. Ключевые PR-документы.

### Тема 6. PR в Сети. Построение грамотной обратной связи

Корпоративный сайт как PR-инструмент. Организация промо-акций и PR-кампаний онлайн. PR в блогах и социальных сетях. Методы оценки эффективности PR-работы в Сети.

### Тема 7. Человеческий капитал и команда как основной ресурс в PR-продвижении культурных проектов

Состав проектной группы. Структура, функционал, подбор, мотивация, развитие, оценка результативности. Работа с фрилансерами, дистанционными сотрудниками и волонтерами. Программы для командного ведения проекта. Подбор и координация технических подрядчиков.

### Тема 8. Событийная коммуникация

## 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "-" (-).
- открытый онлайн-курс МООС "-" (-).

Иные учебно-методические материалы: -

## 5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

### 5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Доклад) для оценки сформированности компетенции УК-4:**

Темы:

Государственная политика в сфере культуры

Основные направления, принципы, цели и задачи государственной поддержки деятельности в сфере культуры, стратегии государственной культурной политики.

Проблемы укрепления российской идентичности на основе духовно-нравственных и культурных ценностей народов Российской Федерации.

Особенности деятельности в сфере культуры

Особенности применения ПР-инструментов в сфере культуры.

Социально-психологические аспекты построения коммуникации с посетителями культурных учреждений.

Поэтапное построение ПР-проекта, на основе четко сформулированной цели. Постановка задач.

Специфика работы с разными целевыми аудиториями

Исследование целевой аудитории в сфере культуры.

Особенности, специфика, социальный портрет посетителя/зрителя в сфере культуры.

Работа с лояльными посетителями.

Обратная связь в сфере культуры.

Методы создания креативной идеи по привлечению большого количества посетителей в культурные проекты и мероприятия.

Проведение «мозгового штурма» с целью выявления потенциальных целевых аудиторий.

Рекламные и ПР-инструменты привлечения потенциальных посетителей, зрителей.

### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Доклад) для оценки сформированности компетенции ПК-1:**

Темы:

Продвижение культурных проектов с помощью связей с общественностью.

Разработка проекта: проблема, аудитория, конкуренты, методы анализа и исследований, миссия, цель, задачи, KPI, мониторинг результатов, критерии успешности, жизненный цикл проекта.

Разработка плана рабочих мероприятий по продвижению в сфере культуры.

Подготовка и этапы проведения ПР-кампании.

Организация работы со СМИ.

СМИ как основной канал коммуникации в работе PR-специалиста.

Конструирование новостей, создание информационных поводов.

Медиакарта.

Основные виды работы со СМИ.

Ключевые PR-документы.

PR в Сети.

Построение грамотной обратной связи

Корпоративный сайт как PR-инструмент.

Организация промо-акций и PR-кампаний онлайн.

PR в блогах и социальных сетях.

Методы оценки эффективности PR-работы в Сети.

Человеческий капитал и команда как основной ресурс в PR-продвижении культурных проектов

Состав проектной группы.

Структура, функции, подбор, мотивация, развитие, оценка результативности специалистов проектной группы.

Работа с фрилансерами, дистанционными сотрудниками и волонтерами.

Программы для командного ведения проекта.

Подбор и координация технических подрядчиков.

Событийная коммуникация

### Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок
не зачтено	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатор достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.



<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	<b>превосходно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### **5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-4**

Государственная политика в сфере культуры

Основные направления, принципы, цели и задачи государственной поддержки деятельности в сфере культуры, стратегии государственной культурной политики.

Проблемы укрепления российской идентичности на основе духовно-нравственных и культурных ценностей народов Российской Федерации.

Особенности деятельности в сфере культуры

Особенности применения PR-инструментов в сфере культуры.

Социально-психологические аспекты построения коммуникации с посетителями культурных учреждений.

Поэтапное построение PR-проекта, на основе четко сформулированной цели. Постановка задач.

Специфика работы с разными целевыми аудиториями

Исследование целевой аудитории в сфере культуры.

Особенности, специфика, социальный портрет посетителя/зрителя в сфере культуры.

Работа с лояльными посетителями.

Обратная связь в сфере культуры.

Методы создания креативной идеи по привлечению большого количества посетителей в культурные проекты и мероприятия.

Проведение «мозгового штурма» с целью выявления потенциальных целевых аудиторий.

Рекламные и PR-инструменты привлечения потенциальных посетителей, зрителей.

#### **5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-1**

Продвижение культурных проектов с помощью связей с общественностью.

Разработка проекта: проблема, аудитория, конкуренты, методы анализа и исследований, миссия, цель, задачи, KPI, мониторинг результатов, критерии успешности, жизненный цикл проекта.

Разработка плана рабочих мероприятий по продвижению в сфере культуры.

Подготовка и этапы проведения PR-кампании.

Организация работы со СМИ.

СМИ как основной канал коммуникации в работе PR-специалиста.

Конструирование новостей, создание информационных поводов.

Медиакарта.

Основные виды работы со СМИ.

Ключевые PR-документы.

PR в Сети.

Построение грамотной обратной связи

Корпоративный сайт как PR-инструмент.

Организация промо-акций и PR-кампаний онлайн.

PR в блогах и социальных сетях.

Методы оценки эффективности PR-работы в Сети.

Человеческий капитал и команда как основной ресурс в PR-продвижении культурных проектов

Состав проектной группы.

Структура, функции, подбор, мотивация, развитие, оценка результативности специалистов проектной группы.

Работа с фрилансерами, дистанционными сотрудниками и волонтерами.

Программы для командного ведения проекта.

Подбор и координация технических подрядчиков.

Событийная коммуникация

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии оценивания</b>
зачтено	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок
не зачтено	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

Основная литература:

1. Международные и региональные PR-кампании в сфере бизнеса, политики и культуры : учебно-методическое пособие / Н. Г. Воскресенская, Е. В. Карпенко, Н. А. Кузнецова, О. М. Орлинская ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского, Институт международных отношений и мировой истории, Кафедра теории политики и коммуникации. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2019. - 41 с. - Текст : электронный., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=795722&idb=0>.
2. Коленько С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум / С. Г. Коленько. - Москва : Юрайт, 2023. - 370 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-01521-8. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=845008&idb=0>.
3. Тульчинский Г. Л. PR в сфере культуры / Тульчинский Г. Л. - Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. - 576 с. - Книга из коллекции Планета музыки - Музыка и театр. - ISBN 978-5-8114-1241-9., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=879264&idb=0>.
4. Марков В. И. Межкультурная коммуникация : учебное пособие по направлению подготовки 51.03.01 «культурология», профиль «социо-культурное проектирование», квалификация (степень)

выпускника «бакалавр» / Марков В. И., Ртищева О. В. - Кемерово : КемГИК, 2016. - 111 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции КемГИК - Социально-гуманитарные науки. - ISBN 978-5-8154-0354-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=744859&idb=0>.

5. Курумчина А. Э. Социокультурные коммуникации. Проекты социальных трансформаций и всемирные выставки : учебное пособие / А. Э. Курумчина. - Москва : Юрайт, 2023. - 119 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-10770-8. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=843666&idb=0>.

#### Дополнительная литература:

1. Безбородова Ю. В. Основы деловой и межкультурной коммуникации. Рабочая тетрадь для студентов направлений подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» 42.03.02 «Журналистика», профиль подготовки «Деловая журналистика» / Безбородова Ю. В. - Нижневартонск : НБГУ, 2019. - 84 с. - Книга из коллекции НБГУ - Журналистика и медиабизнес. - ISBN 978-5-00047-513-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=799165&idb=0>.
2. Связи с общественностью в социально-культурной деятельности : словарь-справочник. - Челябинск : ЧГИК, 2016. - 139 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ЧГИК - Социально-гуманитарные науки. - ISBN 978-5-94839-562-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=758162&idb=0>.
3. Национальный проект «Культура» как основа современной региональной культурной политики : учебно-методическое пособие. - Белгород : БГИИК, 2020. - 98 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции БГИИК - Социально-гуманитарные науки., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=755835&idb=0>.
4. Коноплева Н. А. Организация социокультурных проектов для детей и молодежи : учебное пособие / Н. А. Коноплева. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 254 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-10890-3. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=845271&idb=0>.
5. Климкович Е. В. Арт-менеджмент: теоретические аспекты и практика реализации социально-культурных проектов в городе Москве : учебное пособие / Климкович Е. В. - Москва : МГУУ Правительства Москвы, 2015. - 40 с. - Книга из коллекции МГУУ Правительства Москвы - Социально-гуманитарные науки., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=826928&idb=0>.
6. Кимеева Т. И. Современные исследования музеев и объектов культурного и природного наследия : учеб. пособие для обучающихся по направлению магистратуры 51.04.04 «музеология, охрана объектов культурного и природного наследия», профиль подготовки «проектно-инновационная деятельность в сфере культурно-познавательного туризма» / Кимеева Т. И. - Кемерово : КемГИК, 2021. - 107 с. - Книга из коллекции КемГИК - Искусствоведение. - ISBN 978-5-8154-0607-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=805969&idb=0>.

#### Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)
2. Сайт Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО) [электронный ресурс] //

[www.raso.ru](http://www.raso.ru)

3. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] //

[www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)

4. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс]

<http://www.akarussia.ru/>

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Вилкова Евгения Викторовна, кандидат политических наук, доцент  
Полозова Анастасия Владимировна.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 29.11.2023, протокол № 15.