

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт филологии и журналистики

(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института

_____ Жуковская Л.И.

«___» _____ 20__

Рабочая программа дисциплины

Реклама и связи с общественностью в сфере
культуры

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования

бакалавриат

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения

Очная, заочная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижегород

2022 год

Лист актуализации

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

_____ 2019 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2019-2020 учебном году на заседании кафедры

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

_____ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2020-2021 учебном году на заседании кафедры

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

_____ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

_____ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений, реализуемой по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, код дисциплины в учебном плане Б1.В.14.

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	
<i>ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</i>	<i>ПКО-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</i>	Знать специфику проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни; Уметь использовать в практической деятельности знания о специфике проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни; Владеть навыками практического участия в проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни	<i>Практическое задание Доклад, сообщение Коллоквиум Тест</i>
<i>ПКР-3. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</i>	<i>ПКР-3.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы</i>	Знать специфику продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы; мировой и отечественный опыт продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы; Уметь использовать знания о специфике и мировом и отечественном опыте продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы; Владеть практическими навыками продвижения социально значимых ценностей средствами связей с	<i>Практическое задание Доклад, сообщение Коллоквиум Тест</i>

		общественностью и рекламы	
<i>ПКР-7.</i> Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	<i>ПКР-7.1.</i> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>Знать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><i>Практическое задание</i> <i>Доклад,</i> <i>сообщение</i> <i>Коллоквиум</i> <i>Тест</i></p>
<i>ПКР-11.</i> Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ	<i>ПКР-11.1.</i> Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта	<p>Знать специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста;</p> <p>Владеть практическими навыками создания рекламного и PR-текста</p>	<p><i>Практическое задание</i> <i>Доклад,</i> <i>сообщение</i> <i>Коллоквиум</i> <i>Тест</i></p>
<i>ПКР-12.</i> Способен привлекать и удерживать внимание аудитории в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта, используя методы сторителлинга, приемы структурирования материала и сочетания текстовых и мультимедийных элементов	<i>ПКР-12.2.</i> Применяет на практике приемы привлечения и удержания внимания аудитории при создании рекламного и коммуникационного продукта	<p>Знать технологии и методы организации обратной связи с целевой аудиторией на различных медиаплощадках при создании рекламного и коммуникационного продукта;</p> <p>Уметь применять технологии и методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках при создании рекламного и коммуникационного продукта;</p> <p>Владеть навыками непосредственного участия в рамках осуществления профессиональной деятельности в процессе формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта</p>	<p><i>Практическое задание</i> <i>Доклад,</i> <i>сообщение</i> <i>Коллоквиум</i> <i>Тест</i></p>

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ	___ ЗЕТ
Часов по учебному плану	72	
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	11	
- занятия семинарского типа	11	
самостоятельная работа	49	
Промежуточная аттестация – экзамен/зачет	зачет	

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них														
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего					
				Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная			
Тема №1. Специфика PR-деятельности в сфере культуры и искусства	8			2			-									6		
Тема №2. Функции и принципы социально-культурной деятельности	8			2			-									6		
Тема №3. Медиарилейшнз в	10			1			3									6		

деятельности учреждений культуры																	
Тема № 4. Фандрайзинг и спонсорство в сфере культуры	8			2			-								6		
Тема №5. Событийный маркетинг в сфере культуры	9			-			2								7		
Тема №6. Особенности рекламы в сфере культуры	8			-			2								6		
Тема №7. Интернет-коммуникации учреждения культуры	10			2			2								6		
Тема №8. Формы взаимодействия учреждения культуры с аудиторией	10			2			2								6		
Итого	71																

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

Промежуточная аттестация проходит в форме зачета.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа направлена на закрепление теоретических основ курса «Реклама и связи с общественностью в сфере культуры»: особенности осуществления Public Relations в учреждениях культуры, специфика взаимодействия с аудиторией в сфере культуры. Такой подход мотивирует студентов к повышению самообразования и накоплению знаний для дальнейшей успешной профессиональной деятельности.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно

компетенций)	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, без ошибок.	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.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. 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 некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не

зачтено		ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	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	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

6.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

6.2.1 Контрольные вопросы

<i>вопросы</i>	<i>Код формируемой компетенции</i>
1. Культура как предмет теоретического исследования.	ПКР-3
2. Социальные функции культуры.	ПКР-3
3. Социально-культурная деятельность: понятие, принципы.	ПКР-3
4. Функции социально-культурной деятельности.	ПКР-3
5. Институты социально-культурной деятельности.	ПКР-3
6. Формы медиарилейшнз в сфере культуры: общая характеристика.	ПКО-2 ПКР-3 ПКР-11
7. Основные виды мероприятий с участием СМИ в сфере культуры.	ПКО-2 ПКР-3 ПКР-7 ПКР-11
8. Корпоративные СМИ учреждений в сфере культуры.	ПКР-3 ПКР-11
9. Фандрайзинг и спонсорство в сфере культуры: понятие, виды, назначение.	ПКР-3 ПКР-12

10. Модели финансирования учреждений культуры.	ПКР-3
11. Формы взаимодействия учреждений культуры с молодежной аудиторией.	ПКО-2 ПКР-3 ПКР-7 ПКР-12
12. Инклюзия как отдельное направление аудиторной работы учреждений культуры.	ПКО-2 ПКР-3 ПКР-7 ПКР-12
13. Трансформация способов коммуникации учреждений культуры с аудиторией в условиях пандемии.	ПКО-2 ПКР-3 ПКР-7 ПКР-12
14. Специфика рекламы в сфере культуры.	ПКО-2 ПКР-3 ПКР-11
15. Официальный сайт организации в сфере культуры как канал коммуникации.	ПКР-3 ПКР-11
16. Социальные сети в деятельности учреждений культуры.	ПКО-2 ПКР-3 ПКР-7 ПКР-11
17. Событийный маркетинг в сфере культуры.	ПКО-2 ПКР-3
18. Имидж организации: специфика в сфере культуры.	ПКР-3
19. Современные коммуникационные технологии продвижения театров.	ПКО-2 ПКР-3 ПКР-7
20. Особенности PR-коммуникации в музейной сфере.	ПКО-2 ПКР-3 ПКР-7

6.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенций ПКО-2, ПКР-3, ПКР-5, ПКР-6, ПКР-12

1. Функция осуществления связи между людьми во времени и пространстве, внутри и вне определенной социальной организации называется

- 1) Воспитательная функция культуры
- 2) Интегративная функция культуры
- 3) Коммуникативная функция культуры
- 4) Регулирующая функция культуры

2. Какой проект был создан для популяризации театров среди молодежной аудитории

- 1) «В театр всей семьей»
- 2) «Пушкинская карта»
- 3) «Храм Мельпомены»
- 4) «Юный театрал»

3. Что НЕ относится к числу просветительских институтов

- 1) Библиотеки
- 2) Мемориальные комплексы
- 3) Музеи
- 4) Реставрационные мастерские

6.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенций ПКО-2, ПКР-3, ПКР-5, ПКР-6, ПКР-12

Коллоквиум

Основные вопросы:

1. Принципы социально-культурной деятельности.
2. Формы медиарелейшнз в сфере культуры.
3. Виды фандрайзинга.

Практическое задание:

Выбрать учреждение культуры и проанализировать, насколько часто его деятельность встречается в повестке федеральных и региональных универсальных СМИ.

6.2.4. Темы рефератов

1. Государственные программы поддержки культуры.
2. Международное сотрудничество в сфере культуры.
3. Взаимодействие учреждений культуры с детской аудиторией.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Горохов, В. М. Связи с общественностью : Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / Горохов В. М. , Гринберг Т. Э. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708967.html>.
2. Минаева, Л. В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов / Л. В. Минаева. - Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705850.html>.
3. Минаева, Л. В. Связи с общественностью. Составление документов : Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов / Минаева Л. В. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 320 с. - ISBN 978-5-7567-0642-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706420.html>.
4. Чумиков, А. PR в Интернете : Web 1. 0, Web 2. 0, Web 3. 0 / Чумиков А. , Бочаров М. , Тишкова М. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - ISBN 978-5-9614-2051-7. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961420517.html>.
5. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) : учебное пособие для вузов / Шарков Ф. И. - Москва : Академический Проект, 2020. - 304 с. ("Gaudeamus") - ISBN 978-5-8291-2933-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129333.html>.

б) дополнительная литература:

1. Ростомашвили, И. Е. Школа театрального тифлокомментатора : методическое пособие / И. Е. Ростомашвили. - Санкт-Петербург : КАРО, 2022. - 42 с. - ISBN 978-5-9925-1557-2. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785992515572.html>.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)
Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы: информационный ресурс библиотеки.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

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 с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки – «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Автор: Щерова М.С.

Рецензент (ы) _____

Заведующий кафедрой _____