

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

**Высшая школа искусств и дизайна**

УТВЕРЖДЕНО  
решением ученого совета ННГУ  
протокол от  
30 ноября 2022 г. № 13

**Рабочая программа дисциплины**

**PR и коммуникация в культурных проек-  
тах**

---

Уровень высшего образования  
**магистратура**

---

Направление подготовки / специальность  
**38.04.02 «Менеджмент»**

---

Направленность образовательной программы  
**Менеджмент культуры и музеев**

---

Форма обучения  
**очная**

---

Нижегород

2023 год

## 1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «PR и коммуникация в культурных проектах» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент».

№ варианта	Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД
1	Блок 1. Дисциплины (модули) Часть, формируемая участниками образовательных отношений	Дисциплина Б1.В.ДВ.04.01.02 «PR и коммуникация в культурных проектах» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ООП направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

## 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**	
ПК-13. Способность разрабатывать методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания	ПК-13.1 Разрабатывает методическое обеспечение управленческих дисциплин	Знать: специфику, цели и функции рекламной и PR-деятельности как информационно-коммуникационной сферы  Уметь: разрабатывать рекламную и PR стратегию и тактику эффективного взаимодействия в культурных проектах  Владеть: технологиями работы с информацией в процессе реализации культурных проектов	Тестирование, практическое задание
	ПК-13.2. Применяет современные методы и методики в процессе преподавания управленческих дисциплин	Знать: многообразие моделей и технологий коммуникации, основные концепции организации взаимодействия  Уметь: самостоятельно находить и обрабатывать информацию, необходимую для качественного вы-	Тестирование, практическое задание

		<p>полнения профессиональных задач и достижения профессионально значимых целей культурных проектов</p> <p>Владеть: навыками эффективного речевого поведения в различных сферах коммуникации и разных речевых ситуациях в процессе реализации культурных проектов</p>	
--	--	--	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>3 ЗЕТ</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>108</b>
<b>в том числе</b>	
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	<b>18</b>
- занятия лекционного типа	<b>6</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>12</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>51</b>
<b>КСР</b>	<b>3</b>
<b>Промежуточная аттестация – экзамен, курсовая работа</b>	<b>36</b>

#### 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				
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Всего	

ны	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная
Тема 1. PR и реклама как особая сфера деятельности в работе менеджера в культурных проектах	11			1			2						3			8		
Тема 2. Социально-психологические основы рекламной и PR-деятельности	11			1			2						3			8		
Тема 3. Эффективность рекламного и PR продукта	11			1			2						3			8		
Тема 4. PR-коммуникации с помощью СМИ	11			1			2						3			8		
Тема 5. PR-тексты	12			1			2						3			9		
Тема 6. Имиджевая работа в PR учреждений культуры	12			1			2						3			9		
КСР/Экзамен	39																	
Итого	108			6			12						18			51		

## Содержание

### Тема 1. PR и реклама как особая сфера деятельности в работе менеджера в культурных проектах

Роль PR и рекламы в современном мире. Взаимосвязь технологий социальнокультурной деятельности и PR и рекламы. Задачи, решаемые PR и рекламой в сфере культуры и искусства. Основные средства маркетинговых коммуникаций. Выбор целей рекламных и PR обращений. Выбор целевой аудитории. Выбор направления и тем рекламы. Предварительный план рекламной кампании.

PR и рекламные агентства, их функции. Концепция рекламных обращений. Осуществление рекламной кампании. Рекламные и PR технологии. Понятие и характеристики

аудитории. Творческая идея рекламного продукта. Творческие технологии производства рекламного и PR продукта.

## **Тема 2. Социально-психологические основы рекламной и PR-деятельности**

Сознание индивида и массовое сознание. Особенности восприятия массовой информации. Внимание, понимание и усвоение как основные стадии в процессе потребления информации. Убеждение, внушение, эмоциональное заражение и подражание как основные механизмы социально-психологического воздействия в массовой коммуникации. Когнитивная, поведенческая и эмоциональная сторона рекламы. Социально-психологические критерии эффективности рекламы и PR. Основные экспериментальные методы тестирования рекламных сообщений на распознаваемость, узнавание, запоминаемость, убедительность. Ассоциативный тест, семантическая дифференциация, метод фокус-группы.

## **Тема 3. Эффективность рекламного и PR продукта**

Маркетинговая и коммуникативная эффективность рекламного и PR продукта. Эффективность рекламной кампании и эффективность рекламного и PR продукта. Оценка эффективности рекламного и PR продукта на когнитивном, аффективном и коннотативном уровнях. Критерии оценки коммуникативной эффективности рекламного и PR продукта.

## **Тема 4. PR-коммуникации с помощью СМИ**

Типы и специфика средств массовой информации. Медиа-карта. Медиапланирование. Основные виды мероприятий с участием СМИ: новостной повод, презентация, пресс-конференция, выставки, приёмы для прессы, деловой завтрак. Организация мероприятий с участием журналистов - пресс-конференции, круглого стола, брифинга, презентации. Использование каналов коммуникации. Интернет-порталы, сайты учреждений культуры, использование блогов, форумов. Перформансы, акции, специальные события в PR-коммуникациях.

## **Тема 5. PR-тексты**

Характерные особенности, виды PR-текстов. Основные виды документов для СМИ: содержание и форма. Виды документов: информационные, имиджевые корпоративные документы, реклама. Речи, выступления на радио и телевидении. Пресс-релизы: основные требования к содержанию и оформлению. Пресс-kit и его составляющие. Презентация.

## **Тема 6. Имиджевая работа в PR учреждений культуры**

Понятие имиджа, основные элементы имиджа. Имидж деятеля культуры, лидера учреждения сферы культуры. Мифологизация и продвижение имиджа. Формирование и управление корпоративным имиджем учреждения сферы культуры. Корпоративный имидж, элементы корпоративного имиджа. Элементы визуальной идентификации и перспективы их разработки в учреждениях культуры: корпоративный стиль, дресс-код, брендбук, и пр. Кор-

поративные стандарты: миссия, философия, мифы. Внутренний имидж. Имидж продукта. Имидж персонала, негативные и позитивные образы персонала музея, арт-галлерей.

Позиционирование бренда как важнейшая составляющая успешной коммуникационной стратегии. Этапы и методы позиционирования. Бренд региона-города-организации: поддержка и трансформация учреждениями культуры.

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает: выполнение проектных заданий по исследованию и разработке дизайна социального воздействия.

На проведение практических занятий в форме практической подготовки отводится 8 часов:

- 2 часа – лекционные занятия;
- 6 часов – семинарские занятия.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с областью профессиональной деятельности
- компетенций –ПК-13.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа, лабораторного типа, групповых или индивидуальных консультаций.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа, наряду с лекционным курсом и практическими занятиями, является неотъемлемой частью изучения курса. Приступая к изучению дисциплины, студенты должны ознакомиться с учебной программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести тетради для конспектирования лекций и практических занятий.

В ходе самостоятельной работы изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, научные статьи и материалы социологических исследований. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю.

При подготовке к экзамену повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, выносимых на экзамен и содержащихся в данной программе. Использовать конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. Обратить особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных студентом по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

В процесс освоения дисциплины выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Содержание внеаудиторной самостоятельной работы определяется в соответствии с рекомендуемыми видами заданий согласно рабочей программе учебной дисциплины.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, дополнительной литературы), составление плана текста, конспектирование текста, выписки из текста, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом, (составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре, подготовка реферата, тестирование и др.;

- для формирования умений: решение практических ситуаций и заданий, подготовка к деловым играм, решение тестов и т.д.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Для реализации сквозных цифровых компетенций в процессе обучения используются следующие цифровые инструменты:

- видеозвонки и вебинары: Mind, Jazz, IVA MCU, Mail.ru видеозвонки, Pruffme, Яндекс. Телемост, VideoMost, TrueConf, Webinar Meeting;
- сервисы для командной работы: P7-офис, Dtrack, Kaiten, Тренинг Спэйс Митинг, EvaTeam, Cerebro, Weeek, Workzen, YouGile;
- платформы для создания курсов: Pruffme, Eduardo;
- конструкторы онлайн-опросов: Simpoll, Testograf, Oproso;
- онлайн-платформы: Openedu.ru, Coursera.org, Stepik.org, Lektorium.TV, Arzamas.academy, Postnauka.ru, 2035.university;
- тексты: docs.google.com;
- изображения: pixabay.com, unsplash.com, canva.com, crello.com, elearningart.com, elearningchips.com;
- интерактивные видео: EdPuzzle.com, Articulate.com;
- задания: Socrative.com, Learningapps.com, h5p.org;
- 3D-модели: turbosquid.com;
- иконки и векторная графика: freepik.com, thenounproject.com, wowpatterns.com;
- ленты времени: time.graphicsmyhistro.com, genial.ly.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

## 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 компетенций)	Шкала оценивания сформированности 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, 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 несущественными 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
	<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>зачтено</b>	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	<b>очень хорошо</b>	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»
	<b>хорошо</b>	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»
	<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»
<b>не зачтено</b>	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

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

#### 5.2.1 Контрольные вопросы

Вопросы	Код формируемой компетенции
1. Роль PR и рекламы в современном мире.	ПК-13
2. Взаимосвязь технологий социальнокультурной деятельности и PR и рекламы.	ПК-13
3. Задачи, решаемые PR и рекламой в сфере культуры.	ПК-13
4. Основные средства маркетинговых коммуникаций.	ПК-13
5. Выбор целей рекламных и PR обращений.	ПК-13
6. Выбор целевой аудитории.	ПК-13
7. Выбор направления и тем рекламы. Предварительный план рекламной кампании.	ПК-13
8. PR и рекламные агентства, их функции. Концепция рекламных обращений.	ПК-13
9. Осуществление рекламной кампании. Рекламные и PR технологии.	ПК-13

10.	Понятие и характеристики аудитории.	ПК-13
11.	Творческая идея рекламного продукта.	ПК-13
12.	Творческие технологии производства рекламного и PR продукта.	ПК-13
13.	Сознание индивида и массовое сознание. Особенности восприятия массовой информации.	ПК-13
14.	Внимание, понимание и усвоение как основные стадии в процессе потребления информации.	ПК-13
15.	Убеждение, внушение, эмоциональное заражение и подражание как основные механизмы социально-психологического воздействия в массовой коммуникации.	ПК-13
16.	Когнитивная, поведенческая и эмоциональная сторона рекламы.	ПК-13
17.	Социально-психологические критерии эффективности рекламы и PR.	ПК-13
18.	Основные экспериментальные методы тестирования рекламных сообщений на распознаваемость, узнавание, запоминаемость, убедительность.	ПК-13
19.	Ассоциативный тест, семантическая дифференциация, метод фокус-группы.	ПК-13
20.	Маркетинговая и коммуникативная эффективность рекламного и PR продукта.	ПК-13
21.	Эффективность рекламной кампании и эффективность рекламного и PR продукта.	ПК-13
22.	Оценка эффективности рекламного и PR продукта на когнитивном, аффективном и коннотативном уровнях.	ПК-13
23.	Критерии оценки коммуникативной эффективности рекламного и PR продукта.	ПК-13
24.	Типы и специфика средств массовой информации.	ПК-13
25.	Медиа-карта.	ПК-13
26.	Медиапланирование.	ПК-13
27.	Основные виды мероприятий с участием СМИ: новостной повод, презентация, пресс-конференция, выставки, приёмы для прессы, деловой завтрак.	ПК-13
28.	Организация мероприятий с участием журналистов - пресс-конференции, круглого стола, брифинга, презентации.	ПК-13
29.	Использование каналов коммуникации.	ПК-13
30.	Интернет-порталы, сайты учреждений культуры, использование блогов, форумов.	ПК-13
31.	Перформансы, акции, специальные события в PR-коммуникациях.	ПК-13
32.	Характерные особенности, виды PR-текстов.	ПК-13
33.	Основные виды документов для СМИ: содержание и форма.	ПК-13
34.	Виды документов: информационные, имиджевые корпоративные документы, реклама.	ПК-13
35.	Речи, выступления на радио и телевидении.	ПК-13
36.	Пресс-релизы: основные требования к содержанию и оформлению.	ПК-13

37.	Пресс-кит и его составляющие.	ПК-13
38.	Презентация.	ПК-13
39.	Понятие имиджа, основные элементы имиджа.	ПК-13
40.	Имидж деятеля культуры, лидера учреждения сферы культуры.	ПК-13
41.	Мифологизация и продвижение имиджа.	ПК-13
42.	Формирование и управление корпоративным имиджем учреждения сферы культуры.	ПК-13
43.	Корпоративный имидж, элементы корпоративного имиджа.	ПК-13
44.	Элементы визуальной идентификации и перспективы их разработки в учреждениях культуры: корпоративный стиль, дресс-код, брендбук, и пр.	ПК-13
45.	Корпоративные стандарты: миссия, философия, мифы.	ПК-13
46.	Внутренний имидж.	ПК-13
47.	Имидж продукта.	ПК-13
48.	Имидж персонала, негативные и позитивные образы персонала музея, арт-галереи.	ПК-13
49.	Позиционирование бренда как важнейшая составляющая успешной коммуникационной стратегии.	ПК-13
50.	Бренд региона-города-организации: поддержка и трансформация учреждениями культуры.	ПК-13

### 5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции

**ПК-13 «Способность разрабатывать методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания»**

1. Определение целей, задач PR-кампании:
  - А) необходимо для отчета;
  - Б) чтобы повысить эффективность кампании;
  - В) чтобы увеличить бюджет.

### 5.2.3. Типовые задания для оценки сформированности компетенции

**ПК-13 «Способность разрабатывать методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания»**

#### Задание 1

Провести анализ эффективности PR-сопровождения деятельности музея по критериям целесообразности, результативности, экономичности.

## 5.2.4 Темы курсовых работ

1. Продвижение музея средствами рекламы и PR.
2. Современные методы продвижения в сфере музейной деятельности.
3. Музейная коммуникация и управление коммуникационной деятельностью музея.
4. Маркетинговые стратегии музейной деятельности
5. Музейная деятельность в контексте PR-технологий.
6. Деятельность PR-структур учреждений культуры.
7. Коммуникационная стратегия продвижения современного музея.
8. Роль коммуникации в современных музейных практиках
9. Специфика построения коммуникационной стратегии музея в эпоху цифровых технологий.
10. Коммуникационное пространство музея: формирование культурного дискурса

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### а) основная литература:

1. Душкина М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник / М. Р. Душкина. - Москва : Юрайт, 2023. - 462 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-12811-6. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт".  
<https://urait.ru/viewer/tehnologii-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-v-marketinge-518901>
2. 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://urait.ru/viewer/sociokulturnye-kommunikacii-proekty-socialnyh-transformaciy-i-vsemirnye-vystavki-517273>

### б) дополнительная литература:

1. Потапов Ю. А. Современная пресс-служба : учебник / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 294 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-12233-6. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт".  
<https://urait.ru/viewer/sovremennaya-press-sluzhba-516818>
2. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие / А. Н. Чумиков. - Москва : Юрайт, 2023. - 173 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-06706-4. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт".  
<https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-praktikum-516258>

### в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU и др.
2. Административно-управленческий портал. - Режим доступа: <http://www.aup.ru/>

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованные учебной мебелью, мультимедийным оборудованием (проектор, экран).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ 38.04.02 «Менеджмент».

Автор Архангельская Ирина Борисовна, д.филол.н., профессор кафедры журналистики ИФиЖ ННГУ им. Н. И. Лобачевского