

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.08.2023 15:04:05  
Уникальный программный ключ:  
637517d24e103c3db032acf160739f98e4c5b12f5eb89c29cbf17f139954d7



**Образовательное частное учреждение высшего образования**  
**«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»**  
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**УТВЕРЖДЕНО:**  
Декан факультета журналистики  
\_\_\_\_\_ /Ю.В. Шуйская/  
«22» июня 2023 г

**Рабочая программа дисциплины**

**Связи с общественностью в культуре**

Укрупненная группа специальностей 42.00.00

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**(уровень бакалавриата)**

**Направление/профиль:**

**«Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций»**

**Формы обучения: очная, заочная**

**Москва**

**Рабочая программа** учебной дисциплины «Связи с общественностью в культуре». Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций» / сост. Смекалина К. С. – М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 24 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

Разработчик:

Смекалина К. С.

---

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций  
филологического факультета Российского  
университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы,  
доктор исторических наук, Грабельников А.А.

---

*(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)*

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «20» июня 2023 г., протокол № 9.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ /д.ф.н. Ю.В. Шуйская/  
(подпись)

Согласовано от Библиотеки \_\_\_\_\_ /О.Е. Стёпкина/  
(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель.** Закрепить навыки создания эффективных взаимоотношений в сфере культуры.

**Задачи.** Провести тренинги в аудиторной и самостоятельной формах по анализу видов профессиональной деятельности и по подготовке кампаний в сфере культуры.

## РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### Компетентностная карта дисциплины

Таблица 2.1.

#### Универсальные компетенции

Категория (группа) компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
<b>Универсальные компетенции</b>			
Командная работа и лидерство	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p><b>ИУК-3.1.</b> Знает теоретические основы командной работы, психологию лидерства; теоретические основы социального взаимодействия</p> <p><b>ИУК-3.2.</b> Умеет создавать команды, организовывать их работу, делегировать полномочия членам команды и распределять поручения; эффективно взаимодействовать с другими членами команды, разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех членов команды; создавать рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде; умеет определять эффективность командой работы</p> <p><b>ИУК-3.3.</b> Владеет навыками социального взаимодействия; опытом практических действий в сфере командной работы, опытом практических действий в сфере профилактики и разрешения личностно-деловых конфликтов; навыками разработки и реализации командной стратегии для достижения поставленной цели; навыками использования ресурсов командной работы в профессиональной деятельности психолога; владеет опытом практических действий в сфере презентации результатов работы команды</p>

**РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА**

Дисциплина относится к формируемой участниками образовательных отношений части блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Освоение дисциплины «Связи с общественностью в культуре» базируется на знаниях, полученных в ходе изучения «Основы рекламной деятельности», «Брендинг и нейминг», «Аналитика и прогнозирование», а также на первичном опыте, приобретенном обучающимися на учебно-ознакомительной практике.

Работа в данном тренинге сочетается с параллельно изучаемыми дисциплинами «Мультимедийные технологии в PR», «Дизайн рекламы», а знания и приобретенный опыт используются при подготовке и написании выпускной квалификационной работы и в творческой деятельности (сотрудничестве в периодических изданиях).

**РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ  
(ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)**

*Таблица 4.1*

**Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы  
очная форма обучения**

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа				
			Лабораторные	Практические/семинарские			
7 семестр							
2	72			20		50	2 Зачет
Всего по дисциплине							
2	72			20		50	2

*Таблица 4.2*

**Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы  
заочная форма обучения**

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа				
			Лабораторные	Практические/семинарские			

7 семестр								
2	72			10			58	4 Зачет
Всего по дисциплине								
2	72			10			58	4

**СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Перечень разделов (модулей), тем дисциплины и**  
**распределение учебного времени по разделам\темам дисциплины, видам учебных**  
**занятий (в т.ч. контактной работы),**  
**видам текущего контроля**

*Таблица 4.2*

**Распределение учебной нагрузки по разделам дисциплины**  
**очная форма обучения**

Темы\разделы(модули)	Контактная работа				Часы СР на подготовк у кур.р.	Иная СР	Контроль	Всего часов
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		Контактная работа по кур.р.				
		Лаб.р	Прак. /сем.					
Тема 1. Введение в дисциплину. Цели и задачи курса. Основные категории дисциплины. Понятие PR и их особенности в сфере искусства и культуры.			4			10		14
Тема 2. Функциональные направления PR в сфере культуры и искусства. PR-службы в решении профессиональных задач в отрасли искусства и культуры.			4			10		14
Тема 3. Технологии PR и их применение в отрасли культуры и искусства.			4			10		14
Тема 4. PR-коммуникации с помощью СМИ.			4			10		14

Тема 5. PR-тексты. Имиджевая работа в PR учреждений культуры и искусства.			4			10		14
Зачет							2	2
<b>Всего часов</b>			20			50	2	72

Таблица 4.3

**Распределение учебной нагрузки по разделам дисциплины  
заочная форма обучения**

Темы/разделы(модули)	Контактная работа			Часы СР на подгот овку кур.р.	Ин ая СР	Контро ль	Всего часов	
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа						Контактная работа по кур.р.
		Лаб.р	Прак. /сем.					
Тема 1. Введение в дисциплину. Цели и задачи курса. Основные категории дисциплины. Понятие PR и их особенности в сфере искусства и культуры.			2			12	14	
Тема 2. Функциональные направления PR в сфере культуры и искусства. PR-службы в решении профессиональных задач в отрасли искусства и культуры.			2			12	14	
Тема 3. Технологии PR и их применение в отрасли культуры и искусства.			2			12	14	
Тема 4. PR-коммуникации с помощью СМИ.			2			12	14	
Тема 5. PR-тексты. Имиджевая работа в PR учреждений культуры и искусства.			2			12	12	
Зачет							4	4
<b>Всего часов</b>			10			58	4	72

## Содержание разделов дисциплины

Наименование тем	Содержание раздела дисциплины
Тема 1. Введение в дисциплину. Цели и задачи курса. Основные категории дисциплины. Понятие PR и их особенности в сфере искусства и культуры.	Public Relations как научная отрасль, деятельность, функция управления и др. Понятие общественности. Сущность, предмет, функции PR. Основные теоретические подходы к анализу PR (альтруистический, компромиссный, прагматический и коммуникационный). Отличие PR от рекламы, пропаганды, менеджмента продаж. Исторические формы коммуникации: устная коммуникация; письменная коммуникация; массовая коммуникация. Исторические предпосылки развития PR. Особенности PR в сфере культуры и искусства.
Тема 2. Функциональные направления PR в сфере культуры и искусства. PR-службы в решении профессиональных задач в отрасли искусства и культуры.	Коммуникация учреждений культуры и искусства и общественности. Формирование имиджа учреждений культуры и искусства. Продвижение творческих проектов. Консалтинг в сфере культуры и искусства. Кризисные PR-коммуникации в деятельности PR. Модели организации служб связей с общественностью в различных типах организаций. Управления по связям с общественностью в департаменте культуры областной администрации (базовая модель). Должностные обязанности пресс-секретаря. Условия деятельности специалиста PR в российских и европейских учреждениях сферы культуры и искусства. Отделы по связям с общественностью и типовое распределение полномочий и обязанностей специалиста по связям с общественностью в учреждениях культуры и искусства (концертный зал, музей, театр, библиотека) на центральном и региональном уровне.
Тема 3. Технологии PR и их применение в отрасли культуры и искусства.	PR-сообщение и его компоненты: развлекательный, информационный, убеждающий. Маркетинговые стратегии в PR учреждений культуры: сегментация аудитории, позиционирование. Принципы эффективного PR-сообщения. Исследования в области связей с общественностью для учреждения культуры. Источники информации. Тематические и проблемные обзоры материалов СМИ, медиа-досье, Интернет. Экспресс-анализ СМИ. Социологические исследования аудитории в PR. Возможные виды интервью для проведения социологических опросов в работе библиотеки, музея, театра и отдела/департамента по культуре местной администрации. Фокус-группа как разновидность группового интервью.
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 - пресс-конференции, круглого стола, брифинга, презентации. Использование каналов коммуникации. Сайты учреждений культуры, использование блогов, форумов. Перформансы, акции, специальные события в PR-коммуникациях.
Тема 5. PR-тексты. Имиджевая работа в PR учреждений культуры и искусства.	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-кит и его составляющие. Презентация. Понятие имиджа, основные элементы имиджа. Имидж деятеля искусства и культуры, лидера учреждения сферы культуры. Мифологизация и продвижение имиджа. Формирование и управление корпоративным

имиджем учреждения сферы культуры и искусства.  
Корпоративный имидж, элементы корпоративного имиджа. Элементы визуальной идентификации и перспективы их разработки в учреждениях культуры: корпоративный стиль, дресс-код, брендбук, и пр.  
Корпоративные стандарты: миссия, философия, мифы.  
Внутренний имидж. Имидж продукта. Имидж персонала, негативные и позитивные образы персонала библиотеки, музея, арт-галереи, театра.  
Позиционирование бренда как важнейшая составляющая успешной коммуникационной стратегии. Этапы и методы позиционирования. Бренд региона-города-организации: поддержка и трансформация учреждениями культуры.

## **ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА для очной формы обучения**

### *Семинарские занятия*

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: изучить список литературы и периодические издания. Самостоятельно заняться поиском примеров для продуктивных занятий.

#### **Тема 1. Введение в дисциплину. Цели и задачи курса. Основные категории дисциплины. Понятие PR и их особенности в сфере искусства и культуры.**

Литература:

Основная

Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Маркетинг в сфере культуры. Учебное пособие. – СПб.: Лань, Планета музыки, 2019. – 496 с.

Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – М.: Юрайт, 2019. – 263 с.

Дополнительная

Панда П. Тексты, которым верят. Коротко, понятно, позитивно / Серия «Маркетинг для профессионалов». – СПб.: Питер, 2019. – 256 с.

#### **Тема 2. Функциональные направления PR в сфере культуры и искусства. PR-службы в решении профессиональных задач в отрасли искусства и культуры.**

Литература:

Основная

Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Маркетинг в сфере культуры. Учебное пособие. – СПб.: Лань, Планета музыки, 2019. – 496 с.

Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – М.: Юрайт, 2019. – 263 с.

Дополнительная

Панда П. Тексты, которым верят. Коротко, понятно, позитивно / Серия «Маркетинг для профессионалов». – СПб.: Питер, 2019. – 256 с.

#### **Тема 3. Технологии PR и их применение в отрасли культуры и искусства.**

Литература:

Основная

Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Маркетинг в сфере культуры. Учебное пособие. – СПб.: Лань, Планета музыки, 2019. – 496 с.

Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – М.: Юрайт, 2019. – 263 с.

Дополнительная

Панда П. Тексты, которым верят. Коротко, понятно, позитивно / Серия «Маркетинг для профессионалов». – СПб.: Питер, 2019. – 256 с.

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

Литература:

Основная

Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Маркетинг в сфере культуры. Учебное пособие. – СПб.: Лань, Планета музыки, 2019. – 496 с.

Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – М.: Юрайт, 2019. – 263 с.

Дополнительная

Панда П. Тексты, которым верят. Коротко, понятно, позитивно / Серия «Маркетинг для профессионалов». – СПб.: Питер, 2019. – 256 с.

#### **Тема 5. PR-тексты. Имиджевая работа в PR учреждений культуры и искусства.**

Литература:

Основная

Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Маркетинг в сфере культуры. Учебное пособие. – СПб.: Лань, Планета музыки, 2019. – 496 с.

Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – М.: Юрайт, 2019. – 263 с.

Дополнительная

Панда П. Тексты, которым верят. Коротко, понятно, позитивно / Серия «Маркетинг для профессионалов». – СПб.: Питер, 2019. – 256 с.

#### **для заочной формы обучения**

#### ***Семинарские занятия***

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: изучить список литературы и периодические издания. Самостоятельно заняться поиском примеров для продуктивных занятий.

#### **Тема 1. Введение в дисциплину. Цели и задачи курса. Основные категории дисциплины. Понятие PR и их особенности в сфере искусства и культуры.**

Литература:

Основная

Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Маркетинг в сфере культуры. Учебное пособие. – СПб.: Лань, Планета музыки, 2019. – 496 с.

Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – М.: Юрайт, 2019. – 263 с.

Дополнительная

Панда П. Тексты, которым верят. Коротко, понятно, позитивно / Серия «Маркетинг для профессионалов». – СПб.: Питер, 2019. – 256 с.

#### **Тема 2. Функциональные направления PR в сфере культуры и искусства. PR-службы в решении профессиональных задач в отрасли искусства и культуры.**

Литература:

Основная

Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Маркетинг в сфере культуры. Учебное пособие. – СПб.: Лань, Планета музыки, 2019. – 496 с.

Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – М.: Юрайт, 2019. – 263 с.

Дополнительная  
Панда П. Тексты, которым верят. Коротко, понятно, позитивно / Серия «Маркетинг для профессионалов». – СПб.: Питер, 2019. – 256 с.

**Тема 3. Технологии PR и их применение в отрасли культуры и искусства.**

Литература:

Основная

Тулчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Маркетинг в сфере культуры. Учебное пособие. – СПб.: Лань, Планета музыки, 2019. – 496 с.

Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – М.: Юрайт, 2019. – 263 с.

Дополнительная

Панда П. Тексты, которым верят. Коротко, понятно, позитивно / Серия «Маркетинг для профессионалов». – СПб.: Питер, 2019. – 256 с.

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

Литература:

Основная

Тулчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Маркетинг в сфере культуры. Учебное пособие. – СПб.: Лань, Планета музыки, 2019. – 496 с.

Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – М.: Юрайт, 2019. – 263 с.

Дополнительная

Панда П. Тексты, которым верят. Коротко, понятно, позитивно / Серия «Маркетинг для профессионалов». – СПб.: Питер, 2019. – 256 с.

**РАЗДЕЛ 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

В соответствии с требованиями п. 7.3 ФГОС ВО в целях реализации компетентного подхода в учебном процессе дисциплины «Связи с общественностью в культуре» предусматривается использование активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой. Семинарское занятие проходит как в традиционной форме контроля текущих знаний, так и в форме обсуждений, дискуссий, сориентированных на творческое осмысление обучающимися наиболее сложных аспектов разбираемых вопросов.

**Интерактивные образовательные технологии,  
используемые на аудиторном практическом занятии**

*Таблица 5.1*

**Очная форма обучения**

Наименование тем	Используемые образовательные технологии	Часы
Тема 1. Введение в дисциплину. Цели и задачи курса. Основные категории дисциплины. Понятие PR и их особенности в сфере искусства и культуры. 4 часа	«Круглый стол»: обсуждение показателей, применяемых в оценке работы специалиста в сфере рекламы и PR.  Дискуссия на тему «Приметы качественной работы над созданием благоприятного имиджа в культурной сфере».	4

## Заочная форма обучения

Наименование тем	Используемые образовательные технологии	Часы
Тема 1. Введение в дисциплину. Цели и задачи курса. Основные категории дисциплины. Понятие PR и их особенности в сфере искусства и культуры. 4 часа	«Круглый стол»: обсуждение показателей, применяемых в оценке работы специалиста в сфере рекламы и PR.  Дискуссия на тему «Приметы качественной работы над созданием благоприятного имиджа в культурной сфере».	4

**ПРАКТИКУМ**

Давайте на время забудем, что вы ученики. Сейчас вы начинающие специалисты по рекламе и PR. Редакции газет поручают вам сделать репортаж. Для этого мы разделимся на 4 группы. Каждая группа будет писать репортаж для своей газеты: это газета для тинэйджеров “Куль Ёк”, серьезная газета “Правда без прикрас”, желтая газета “Мыльный пузырь”, газета “Лира”.

Итак, это творческая работа, в которой нужно будет применить полученные знания о функциональных стилях. Но прежде чем вы возьмете в руки блокноты и ручки, выясним, что же такое репортаж.

2. Актуализация знаний и мотивация учебной деятельности.

*Чтение карточки №1 Ответы на вопросы.*

**Карточка №1**

Прочитайте текст репортажа. Определите, какая временная форма в нем преобладает. Какова роль глаголов настоящего времени в репортаже? Отметьте другие особенности, помогающие автору изобразить событие, передать свое отношение к нему.

Со скоростью, близкой ко второй космической, мчится домой спускаемый аппарат.

Его уже ждут. Вот шар с драгоценной ношей врывается в плотные слои атмосферы, рвется к Земле сквозь бушующее пламя. Где-то в поднебесье повисает на парашюте. И окунается в снежную круговерть.

В 22 часа 12 минут по московскому времени 25 февраля возвращаемый аппарат совершил мягкую посадку в 40 километрах северо-западнее Джекказгана. Исключительная, поистине снайперская точность!

(Из газеты)

*Что такое, по-вашему, репортаж? /ответы уч-ся/*

*Корректировка ответов, выступление подготовленного ученика с сообщением.*

**Репортаж – это живой рассказ очевидца о каком-либо событии общественной жизни. Перед автором репортажа стоит задача рассказать о событии так, чтобы слушатели или читатели как бы увидели его на самом деле. “Репортаж — это глаза и уши читателя.” — так сказал об этом известный лингвист Г.Я. Солганик.**

У репортажа и информационной заметки общее содержание: и в том и в другом жанре сообщается о каком-либо общественно важном событии. Однако между ними имеется существенное различие: заметка лишь **сообщает** о событии как о совершившемся факте, репортаж – **изображает** событие как процесс.

В информационной заметке автор сознательно “остаётся в тени”, прямо не раскрывая своего отношения к событию. В репортаже, наоборот, личность автора всегда присутствует, его отношение к событию всегда проявляется.

*Что, на ваш взгляд, должен включать в себя репортаж? Какой стиль здесь может быть использован? /ответы/*

*Корректировка ответов. Сообщение уч-ся.*

Единых, обязательных для всех случаев правил построения репортажа нет: каждый автор пишет по-своему.

Однако выделяется **зачин** – начало репортажа. Это может быть описание места действия, описание состояния окружающей среды и др. – все зависит от авторского замысла.

Зачин должен быть динамичным. Динамичным его делают различные односоставные предложения, безглагольные конструкции. Репортаж может начинаться с прямого обращения к читателям.

Например: 1) **Прохладное утро. Пахнет свежестью альпийских лугов. Через час начинаем восхождение...**

2) **Двенадцать часов дня. Мы на самой оживленной магистрали города. Непрерывным потоком движутся машины. С минуты на минуту здесь должен появиться автобус с участниками олимпиады школьников...**

3) **Давайте совершим прогулку по Москве и понаблюдаем, как ведет себя современный человек в условиях тесноты людского круговорота. Короче говоря, в сегодняшнем городе. Спустимся сначала в метро...**

**Центральная часть репортажа** – рассказ о событии – обычно **повествование**.

Организуют повествовательный текст **глаголы**. Чаще всего они употребляется в форме настоящего времени, что создает впечатление “сиюминутности” происходящего (так называемое “настоящее репортажа”). Используются также формы прошедшего времени совершенного вида, краткие страдательные причастия прошедшего времени и др. Выделяют в репортаже и **концовку**. Концовка чаще всего содержит оценку события, краткий вывод, к которому приходит автор и к которому он подводит читателя.

*Чтение карточки №2. Ответы на вопросы.*

### **Карточка №2**

Прочитайте начало репортажа о школьной перемене. Какие языковые средства делают текст живым, динамичным?

Перемена, перемена. Заливается звонок. Все ученики с первого по одиннадцатый высыпают в коридор. И тут начинается такое... Трудно описать, но я постараюсь.

Совершим 15-ти минутное путешествие по школе. Первый маршрут – первый этаж. Первые классы. Девочки, мальчики. Мальчики, девочки. Наташи, Пети, Оли, Федя. Все бегают, прыгают. Играют в салочки-догонялки...

*Чтение карточки №3. Ответы на вопросы.*

### **Карточка №3**

Укажите языковые средства, делающие текст выразительным.

К городу, в котором родился и живешь, привыкаешь, как к своему дому. Все в нем знакомо: деревья во дворе, мимо которых бежишь в школу, силуэты зданий, тишина переулков, вечный ветер набережных. Некогда остановиться, оглянуться...

Но бывают моменты, когда весь город видишь словно со стороны.

Как он изменился, как вырос!..

3. Инструктаж:

*Чтобы сравнить языковые средства различных функциональных стилей, разделитесь на 4 группы. (Все уч-ся берут из конверта карточки разных цветов)*

красные - “Куль Ёк”

желтые - “Мыльный пузырь”

зеленые - “Правда без прикрас”

синие - “Лира”

*Подумайте, кто является аудиторией вашей газеты, и в соответствии с этим выбирайте стилистические средства. Сюжетом вашего репортажа будет сказка Л.Н.Толстого “Три калача и одна баранка”*

Одному мужику захотелось есть. Он купил калач и съел; ему все ещё хотелось есть. Он купил другой калач и съел; ему все еще хотелось есть. Он купил третий калач и съел, и ему все еще хотелось есть.

Потом он купил баранок и, когда съел одну, стал сыт. Тогда мужик ударил себя по голове и сказал:

- Экой я дурак! Что ж я напрасно съел столько калачей? Мне бы надо сначала съесть одну баранку.

4. Выполнение работы уч-ся. Консультации учителя.

5. Обсуждение репортажей.

(Выбираются два критика из конкурирующей газеты. Задача критиков: охарактеризовать языковые средства, использованные и неиспользованные в работах. После выступления определяется рейтинг газеты с использованием ч/б карточек. )

6. Теоретическая интерпретация полученных результатов. Дискуссия:

**Почему сейчас наиболее популярна “желтая” пресса, хорошо ли это?**

7. Подведение итогов урока:

1) Оцените, какая роль (корреспондента, критика, читателя) вам больше всего понравилась.

2) Что в работе над репортажем было самым трудным и почему?

3) Чему вы научились, что поняли, что вспомнили?

4) Д/З Сочинение-рассуждение “Роль прессы в современном обществе”.

## РАЗДЕЛ 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наряду с проведением семинарского занятия и тренингов неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, вырабатываются практические навыки столь важные для успешной подготовки к профессии и к созданию и защите выпускной работы обучающегося. Формы самостоятельной работы обучающихся могут быть разнообразными. Самостоятельная работа включает: изучение основной и дополнительной литературы, оценку и обсуждение публикаций в прессе; ответы на контрольные вопросы; сбор информации и написание текстов; подготовку к тренингам. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с выполняемыми заданиями в ходе тренингов.

### Самостоятельная работа

Таблица 6.1

Наименование разделов, тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
Тема 1. Введение в дисциплину. Цели и задачи курса.  Основные категории дисциплины. Понятие PR и их особенности в сфере искусства и культуры.	Каковы сущность, предмет и функции PR? Назовите основные теоретические подходы к анализу PR. В чем состоит отличие PR от рекламы, пропаганды, технологий маркетингового продвижения? Каковы исторические предпосылки развития PR? В чем заключаются особенности PR в сфере культуры и искусства?
Тема 2. Функциональные направления PR в	Каковы функциональные направления PR в сфере культуры и искусства? Охарактеризуйте модели организации служб связей с общественностью в различных типах организаций. Опишите должностные обязанности пресс-секретаря. В чем заключается деятельность специалиста PR в российских и европейских учреждениях

сфере культуры и искусства. PR-службы в решении профессиональных задач в отрасли искусства и культуры.	сферы культуры и искусства? Какова структура отдела по связям с общественностью и типовое распределение полномочий и обязанностей специалиста по связям с общественностью в учреждениях культуры и искусства?
Тема 3. Технологии PR и их применение в отрасли культуры и искусства.	Проведите изучение эффективности связей с общественностью учреждения культуры вашего региона на основе экспресс-анализа СМИ, методов маркетингового, социологического исследований.
Тема 4. PR-коммуникации с помощью СМИ.	Разработайте план PR-компании учреждения культуры с участием СМИ.
Тема 5. PR-тексты. Имиджевая работа в PR учреждений культуры и искусства.	Составьте текст пресс-релиза, посвященного какому-либо событию в культурной жизни региона. Разработайте рекомендации по созданию имиджа какого-либо учреждения культуры в вашем регионе.

### 6.1. Темы эссе<sup>1</sup>

1. Сущность, предмет, функции PR.
2. Основные теоретические подходы к анализу PR.
3. Исторические формы коммуникации.
4. Функциональные направления PR в сфере культуры и искусства.
5. PR-службы в решении профессиональных задач в отрасли искусства и культуры.
6. Модели организации служб связей с общественностью в различных типах организаций.
7. Управления по связям с общественностью в департаменте культуры областной администрации (базовая модель).
8. Отделы по связям с общественностью и типовое распределение полномочий и обязанностей специалиста по связям с общественностью в учреждениях культуры и искусства (концертный зал, музей, театр, библиотека) на центральном и региональном уровне.
9. Маркетинговые стратегии в PR учреждений культуры.
10. Исследования в области связей с общественностью для учреждения культуры. Источники информации. Тематические и проблемные обзоры материалов СМИ, медиа-досье, Интернет. Экспресс-анализ СМИ.

<sup>1</sup>Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

## 6.2. Примерные задания для самостоятельной работы

**Задание 1.** Сравнить оформление сайтов двух крупных музеев России. Какие особенности Вы видите?

**Задание 2.** Почитайте статьи о прошедших недавно театральных премьерах. Как Вы думаете, как работали специалисты в сфере PR?

**Задание 3.** Подготовить пример стратегии создания имиджа нового авангардного театра в центре Москвы.

**Задание 4.** К Вам обратилась за помощью талантливая художница, в биографии которой есть факт плагиата, но поддельный. Как Вы восстановите в лице общественности ее доброе имя?

**Задание 5.** Подготовить пресс-релиз о новом спектакле, который будет направлен в крупные журналы об искусстве.

## РАЗДЕЛ 7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1 В процессе освоения учебной дисциплины «Учебно-профессиональный тренинг (в рамках творческих студий)» для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице

Таблица 7.1

### ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ В СООТНОШЕНИИ С ОЦЕНОЧНЫМИ СРЕДСТВАМИ

Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенции	Содержание учебного материала	Примеры контрольных вопросов и заданий для оценки знаний, умений, владений	Методы \ средства контроля
<b>УК-3.</b> Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде			
<b>ИУК-3.1.</b> Знает теоретические основы командной работы, психологию лидерства; теоретические основы социального взаимодействия.	Тема 1. Введение в дисциплину. Цели и задачи курса. Основные категории дисциплины. Понятие PR и их особенности в сфере искусства и культуры. Тема 2. Функциональные направления PR в сфере культуры и искусства. PR-службы в решении	<i>Каковы сущность, предмет и функции PR? Назовите основные теоретические подходы к анализу PR. В чем состоит отличие PR от рекламы, пропаганды, технологий маркетингового продвижения? Каковы исторические предпосылки развития PR? В чем заключаются особенности PR в сфере культуры и искусства?</i>	Написание эссе (темы 1 - 5) Выполнение практических заданий (3 -5) Вопросы к зачету 1 - 13.

	профессиональных задач в отрасли искусства и культуры.		
<b>ИУК-3.2.</b> Умеет создавать команды, организовывать их работу, делегировать полномочия членам команды и распределять поручения; эффективно взаимодействовать с другими членами команды, разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех членов команды; создавать рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде; умеет определять эффективность командой работы.	Тема 3. Технологии PR и их применение в отрасли культуры и искусства.	Проведите изучение эффективности связей с общественностью учреждения культуры вашего региона на основе экспресс-анализа СМИ, методов маркетингового, социологического исследований.	Написание эссе (темы 1 - 6) Вопросы к зачету 1 - 13. Устный опрос (темы 1 - 3)
<b>ИУК-3.3.</b> Владеет навыками социального взаимодействия; опытом практических действий в сфере командной работы, опытом практических действий в сфере профилактики и разрешения личностно-деловых конфликтов; навыками разработки и реализации командной стратегии для достижения поставленной цели; навыками использования ресурсов командной работы в профессиональной деятельности психолога; владеет опытом практических действий в сфере презентации результатов работы команды.	Тема 4. PR-коммуникации с помощью СМИ. Тема 5. PR-тексты. Имиджевая работа в PR учреждений культуры и искусства.	Составьте текст пресс-релиза, посвященного какому-либо событию в культурной жизни региона. Разработайте рекомендации по созданию имиджа какого-либо учреждения культуры в вашем регионе.	Написание эссе (темы 1 - 5) Выполнение практических заданий (3 -5) Вопросы к зачету 1 - 17.

## 7.2. Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации зачету

1. Социологические исследования аудитории в PR. Возможные виды интервью для проведения социологических опросов в работе библиотеки, музея, театра и отдела/департамента по культуре местной администрации.
2. Фокус-группа как разновидность группового интервью.
3. Типы и специфика средств массовой информации.
4. Основные виды мероприятий с участием СМИ.
5. Организация мероприятий - пресс-конференции, круглого стола, брифинга, презентации.
6. Использование каналов коммуникации. Интернет-порталы, сайты учреждений культуры, использование блогов, форумов.
7. Перформансы, акции, специальные события в PR-коммуникациях.
8. Характерные особенности, виды PR-текстов.
9. Речи, выступления на радио и телевидении.
10. Пресс-релизы: основные требования к содержанию и оформлению. Пресс-кит и его составляющие.
11. Имиджевая работа в PR учреждений культуры и искусства.

### 7.3. Примерные тестовые задания для контроля (мониторинга) качества усвоения материала в т.ч. в рамках рубежного контроля знаний<sup>2</sup>

1. «Зеленый документ», выпускаемый парламентом Великобритании, — это:
  - дискуссионный документ, предшествующий выпуску законопроекта
2. А. Пейдж при поступлении в качестве пиэрмена в американскую корпорацию АТТ обусловил свое согласие требованием, ставшим важнейшим принципом организации ПР
  - А. Пейдж становился вице-президентом АТТ, участвующим в определении политики компании
3. В «Декларации о принципах» были сформулированы:
  - основы взаимоотношений с прессой
4. В качестве одного из правил подготовки интервью сформулирована необходимость ответа даже на элементарный вопрос, поскольку это:
  - может быть важно для тех, кто недостаточно знает вашу фирму
5. В начале XX в. «отец ПР» А. Ли определил основные объекты ПР-деятельности, в числе которых он особо выделил:
  - целевые группы общественности и лидеров общественного мнения
6. Ведущая роль СМИ в формировании общественного мнения отражается в их характеристике как:
  - «четвертой власти»
7. Влияние заинтересованных групп на принятие решений властными структурами — это:

---

<sup>2</sup> Рубежный контроль проводится для обучающихся на очной форме обучения и оценивается «зачтено»\ «не зачтено»

- лоббирование

8. Внутреннее видео может использоваться в организации для:

- сближения персонала и менеджмента

9. Для ведения работы с общественностью в США в период I мировой войны был создан контингент «четырёхминутчиков», это были ...

- добровольцы-ораторы с четырёхминутным сообщением новостей

10. Зарождение основ публичных рилейшнз в ходе борьбы за независимость США было связано с:

- стремлением американских политических руководителей апеллировать к общественному мнению

11. Из перечисленного, в основе разработки бюджета PR-программы лежат:

- курс национальной валюты
- оценка уровня ресурсов

12. Из перечисленного, занятые, как правило, хотят, чтобы коммуникации доносили до них:

- значение изменений организации для занятых персонально
- что должно произойти с организацией

13. Из перечисленного, к видам конференции, проводимой организацией, относятся:

- научная
- практическая

14. Из перечисленного, к задачам PR относятся:

- определение рекомендаций по созданию и совершенствованию имиджа организации
- улучшение взаимопонимания между организацией и контактными аудиториями

15. Из перечисленного, к задачам специалистов по отношениям с государством можно отнести:

- влияние на законодательство, затрагивающее деятельность организации
- улучшение коммуникаций государственными ведомствами

#### **7.4. Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования; шкалы и процедуры оценивания**

##### **7.4.1. Вопросы и заданий для текущей и промежуточной аттестации**

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

*Таблица 7.4.1.1*

#### **Шкала оценивания на зачете**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>

Таблица 7.4.1.2

### Шкала оценивания на рубежном контроле

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>

### 7.4.2. Письменной работы (эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления.
2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

Таблица 7.4.2.1

### Шкала оценивания эссе

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Не зачтено	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>

### 7.4.3. Тестирование

Таблица 7.4.3

#### Шкала оценивания тестирования

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

### 7.5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

**Качество знаний** характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

**Умения**, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

**Навыки** — это умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимся практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д. При этом обучающийся поставлен в условия, когда он вынужден самостоятельно (творчески) искать пути и средства для разрешения поставленных задач, самостоятельно планировать свою работу и анализировать ее результаты, принимать определенные решения в рамках своих полномочий, самостоятельно выбирать аргументацию и нести ответственность за проделанную работу, т.е. проявить владение навыками. Взаимодействие с преподавателем осуществляется периодически по завершению определенных этапов работы и проходит в виде консультаций. При оценке владения навыками преподавателем оценивается не только правильность решения выполненного задания, но и способность (готовность) обучающегося решать подобные практико-

ориентированные задания самостоятельно (в перспективе за стенами вуза) и, главным образом, обучающегося обосновывать и аргументировать свои решения и предложения.

**Устный опрос** — это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала.

**Тесты** являются простейшей формой контроля, направленная на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; один или несколько правильных ответов.

**Семинарские занятия** - основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

## **РАЗДЕЛ 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **8.1. Методические рекомендации по написанию эссе**

**Эссе** (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники международного права, авторитетные точки зрения и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

### **8.2. Методические рекомендации по использованию кейсов**

**Кейс-метод** (*Casestudy*) – метод анализа реальной международной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики

проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

### **8.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач**

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ проектов международных документов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем международных отношений (анализ внешнеполитической ситуации, деятельности международной организации, анализ международной практики и т. п.);
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например формулирование целей миссии, и т. п.).

## **РАЗДЕЛ 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература<sup>3</sup>**

Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Маркетинг в сфере культуры. Учебное пособие. – СПб.: Лань, Планета музыки, 2019. – 496 с.

Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – М.: Юрайт, 2019. – 263 с.

### **Дополнительная литература<sup>4</sup>**

Панда П. Тексты, которым верят. Коротко, понятно, позитивно / Серия «Маркетинг для профессионалов». – СПб.: Питер, 2019. – 256 с.

### **Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

#### **Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

ЭБС IPRsmarthttp://www.iprbookshop.ru

УМО по классическому университетскому образованию России <http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа: <http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. – Б.г. – Доступ к данным: Открытый. – Режим доступа: <http://www.nlr.ru/>

Электронная библиотека Gaudeamus: бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа: <http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа: <http://www.iqlib.ru/>

<sup>3</sup> Из ЭБС университета

<sup>4</sup> Из ЭБС университета

## **Комплект лицензионного программного обеспечения**

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

## **Свободно распространяемое программное обеспечение**

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

### ***Программное обеспечение отечественного производства:***

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

## **РАЗДЕЛ 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации,	Комплект специальной учебной мебели Компьютер Видеопроектор Маркерная доска Наборы демонстрационного оборудования Учебно-наглядные пособия, обеспечивающие
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения	тематические иллюстрации
Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета Принтер Комплект специальной учебной мебели