

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.09.2023 14:53:02
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf160794f98e4c5b12f5eb89c29cbfd75d39954d7



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:

«PR технологии и цифровые коммуникации»

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 «PR технологии и цифровые коммуникации» / 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)
Универсальные компетенции			
Командная работа и лидерство	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Знает теоретические основы командной работы, психологию лидерства; теоретические основы социального взаимодействия ИУК-3.2. 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 ИУК-3.3. 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

**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	Контактная работа по курсовой работе			
			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	Контактная работа по курсовой работе			
			Лабораторные	Практические/ семинарские			

				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 подготовку кур.р.	Иная СР	Контроль	Всего часов
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа					
		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
Всего часов			20			50	2	72

Таблица 4.3

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

Темы\разделы(модули)	Контактная работа			Часы СР на подго- товку кур.р.	Ин ая СР	Кон- троль	Всего часов	
	Занятия лек- ционного типа	Занятия се- минарского типа						
		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
Всего часов			10			58	4	72

Содержание разделов дисциплины

Наименование тем	Содержание раздела дисциплины
<p>Тема 1. Введение в дисциплину. Цели и задачи курса. Основные категории дисциплины. Понятие PR и их особенности в сфере искусства и культуры.</p>	<p>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.</p>
<p>Тема 2. Функциональные направления PR в сфере культуры и искусства. PR-службы в решении профессиональных задач в отрасли искусства и культуры.</p>	<p>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.</p>
<p>Тема 3. Технологии PR и их применение в отрасли культуры и искусства.</p>	<p>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.</p>
<p>Тема 4. PR-коммуникации с помощью СМИ.</p>	<p>Типы и специфика средств массовой информации. Медиа-карта. Медиа-планирование. Основные виды мероприятий с участием СМИ: новостной повод, презентация, пресс-конференция, выставки, приёмы для прессы, деловые завтраки. Организация мероприятий - пресс-конференции, круглого стола, брифинга, презентации. Использование каналов коммуникации. Сайты учреждений культуры, использование блогов, форумов. Перформансы, акции, специальные события в PR-коммуникациях.</p>
<p>Тема 5. PR-тексты. Имиджевая работа в PR учреждений культуры и искусства.</p>	<p>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.</p>

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

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.

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, Феди. Все бегают, прыгают. Играют в салочки-догонялочки...

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, разделимся 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 сфере культуры и искусства. PR-службы 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 сферы культуры и искусства? Какова структура отдела по связям с общественностью и типовое распределение полномочий и обязанностей специалиста по

решении профессиональных задач в отрасли искусства и культуры.	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 эссе¹

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.

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.

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

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
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде			
ИУК-3.1. 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 профессиональных задач в отрасли искусства и культуры.	<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.

<p>ИУК-3.2. 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>Тема 3. Технологии PR и их применение в отрасли культуры и искусства.</p>	<p>Проведите изучение эффективности связей с общественностью учреждения культуры вашего региона на основе экспресс-анализа СМИ, методов маркетингового, социологического исследований.</p>	<p>Написание эссе (темы 1 - 6) Вопросы к зачету 1 - 13. Устный опрос (темы 1 - 3)</p>
<p>ИУК-3.3. 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>	<p>Тема 4. PR-коммуникации с помощью СМИ. Тема 5. PR-тексты. Имиджевая работа в PR учреждений культуры и искусства.</p>	<p>Составьте текст пресс-релиза, посвященного какому-либо событию в культурной жизни региона. Разработайте рекомендации по созданию имиджа какого-либо учреждения культуры в вашем регионе.</p>	<p>Написание эссе (темы 1 - 5) Выполнение практических заданий (3 -5) Вопросы к зачету 1 - 17.</p>

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 знаний²

1. «Зеленый документ», выпускаемый парламентом Великобритании, — это:
 - дискуссионный документ, предшествующий выпуску законопроекта

2. А. Пейдж при поступлении в качестве пиэремена 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:
 - 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

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

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

- стремлением американских политических руководителей апеллировать к общественному мнению

11. Из перечисленного, в основе разработки бюджета ПР-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 ПР 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

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины;

	<ul style="list-style-type: none"> - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.
--	---

Таблица 7.4.1.2

Шкала оценивания на рубежном контроле

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

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

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

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 зрениями 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 литература³

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 литература⁴

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 IPRsmart <http://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/>

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)

³ Из ЭБС университета

⁴ Из ЭБС университета

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, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения	Комплект специальной учебной мебели Компьютер Видеопроектор Маркерная доска Наборы демонстрационного оборудования Учебно-наглядные пособия, обеспечивающие 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