

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
Факультета государственной культурной политики
Единак А.Ю.**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ»

Направление 51.04.01 «КУЛЬТУРОЛОГИЯ»

подготовки/специальности:

Профиль подготовки: «Арт-рынок и проекты в сфере культуры»

Квалификация (степень) магистр

выпускника:

Форма обучения: очная, заочная

*(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)*

Химки

1.Цель освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»: сформировать у магистрантов знания о работе по связям с общественностью, системе PR-коммуникаций, их свойствах и функциях, специфических особенностях на современном этапе; сформировать компетенции, необходимые для деятельности культуролога в работе по связям с общественностью; выработать практические навыки организации и проведения мероприятий в области связей с общественностью, связанных с решением профессиональных задач. А также способствовать системному освоению понятийно-категориального аппарата работы по связям с общественностью; формирование знания об основных ресурсах в области связей с общественностью и их специфике; подготовить магистрантов к культурологической работе в системе связей с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к профессиональному циклу Б.1 (обязательная часть). Курс логически и содержательно связан с проблематикой ряда социально-гуманитарных и профессиональных дисциплин. К входным знаниям, необходимым для её изучения относятся: понимание студентами общих закономерностей и механизмов коммуникативной деятельности; сущности, роли и функций рекламы и связей с общественностью в современном обществе; роли аудитории, важности учета её характеристик, механизмов восприятия и влияния массовой коммуникации (параллельные дисциплины «Анализ текстов», «Арт-проекты и современные креативные индустрии»). В свою очередь курс «Теория и практика связей с общественностью» является одним из базовых для профессионально-творческих практикумов, дисциплин начальной профилизации, прохождения производственных практик, в ходе которых студенты получают возможность применить полученные знания и навыки для наиболее адекватного решения задач своей будущей профессиональной деятельности.

3.Формируемые компетенции в результате освоения дисциплины (модуля)

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/ шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на	УК-4.1. Создает различные типы письменных и устных текстов на русском и иностранном языке для акаде-	Знать: специфику речевой культуры и этики как вида профессиональной деятельности Уметь:	

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/ шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
иностранным(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	<p>мического и профессионального взаимодействия.</p> <p>УК-4.2.</p> <p>Участвует в процессах профессиональной коммуникации на русском и иностранном языке, в том числе с применением современных коммуникативных технологий.</p> <p>УК-4.3.</p> <p>Представляет результаты исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, участвует в академических и профессиональных дискуссиях на иностранном языке.</p>	<p>культурой общения, различными способами вербальной и невербальной коммуникации и межличностных связей</p> <p>Владеть:</p> <p>- русским и иностранными языками как средством делового общения;</p> <p>профессионально использовать знания в области этики и риторики, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь как средство делового общения</p>	
<p>УК-5</p> <p>Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК-5.1.</p> <p>Анализирует социокультурные параметры различных групп и общностей и социокультурный контекст взаимодействия.</p> <p>УК-5.2.</p> <p>Выстраивает социокультурную коммуникацию и взаимодействие с учетом необходимых пара-</p>	<p>Знать:</p> <p><input type="checkbox"/> принципы формирования и развития личности; принципы анализа процессов, происходящие в науке и культуре</p> <p>Уметь:</p> <p><input type="checkbox"/> собирать, анализировать, обобщать информацию, применять полученные знания для</p>	

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/ шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
	<p>метров межкультурной коммуникации и социокультурного контекста.</p> <p>УК-5.3.</p> <p>Выстраивает профессиональное взаимодействие в мультикультурной среде.</p>	<p>всестороннего совершенствования и развития своего интеллектуального развития и общекультурного уровня</p> <p>Владеть:</p> <p><input type="checkbox"/> методами саморазвития и повышения своего интеллектуального и общекультурного уровня</p>	
<p>ПК-5</p> <p>Готов к проектно-аналитической деятельности в сфере культурных и социальных коммуникаций</p>	<p>ПК-5.1.</p> <p>Готовность к организационно-управленческой работе в социокультурной сфере: практическому применению социально-научного знания и теоретических основ управления, прогнозированию последствий принимаемых решений, координации и контролю.</p> <p>ПК-5.2.</p> <p>Проводит аналитические исследования в сфере культурных и социальных коммуникаций</p> <p>ПК-5.2.</p> <p>Разрабатывает методы исследования в</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы и приемы, реализуемые в процессе проектно-аналитической деятельности в сфере культурных и социальных коммуникаций; - основные этапы и подходы к проектно-аналитической деятельности в сфере культурных и социальных коммуникаций; - основы управления исследованиями <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать исследования в проектно-аналитической деятельности в сфере культурных и социальных коммуникаций; 	

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/ шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
	проектно-аналитической деятельности в сфере культурных и социальных коммуникаций	- осуществлять планирование деятельности в сфере культурных и социальных коммуникаций Владеть: - умением формировать программы исследований; - умением эффективного использования результатов проектно-аналитической деятельности в сфере культурных и социальных коммуникаций с целью оптимизации процессов личностного роста участников социокультурной деятельности	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 час.

На очной форме обучения: контактных 78 акад. часов, СРС 30 акад. часов, форма контроля – зачет с оценкой в 4 семестре.

На заочной форме обучения: контактных 40 акад. часов, СРС 68 акад. часов, форма контроля – зачет с оценкой в 4 семестре.

№	Наименование темы		
			Очная форма обучения

		Всего	Лекции	Семи- нар.	ИКР	Само- стоят подго- тов.
1.	Интернет как часть медиа-системы. Общие признаки сетевых СМИ.	1	1	2		-
2	Типология и классификация сетевых СМИ.	3	1	2		6
3	Традиционные СМИ в Интернете.	3	1	2		6
4	Телевещание в Интернете.	4	2	2		6
5	Радиовещание в Интернете	3	1	2		6
6	Интернет-СМИ – организация и особенности функционирования. Редакционные системы в Интернете.	6	2	4		6
7	Особенности аудитории веб-медиа.	4	-	4		6
8	Цели и задачи дисциплины Public Affairs.	4	-			
9	Регулирование рынка Public Affairs (РА) и СО в России.	4	-			
10	Public Affairs в деятельности объединений.	4	-			
	Итого:	108	18	18		36

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ТЕМАМ

Тема 1. Интернет как часть медиа-системы. Общие признаки сетевых СМИ.

История сети Интернет. Стандарты межсетевого взаимодействия. Интернет как феномен культуры. Развитие Интернета за рубежом и в России. Поисковые возможности Интернета. Бесплатные и платные источники информации. Основные поисковые машины – Яндекс, Рамблер, Google, Yahoo и др. Принципы Интернет-поиска. Интернет-СМИ: сравнительная характеристика. «On-line» журналистика: процессы интеграции. Технологии «веб» и новые качества журналистики. Гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность, оперативность – качества Интернет-СМИ. Взаимосвязь on-line и off-line СМИ: сходства и различия. Дополнительные возможности Интернет-СМИ.

Тема 2. Типология и классификация сетевых СМИ.

Динамика роста онлайн-изданий в России. Система интернет-изданий. Типологические принципы и факторы формирования системы интернет-изданий.

Тема 3. Традиционные СМИ в Интернете.

Эволюция традиционных СМИ под влиянием сетевых технологий. Сетевая политика Традиционных СМИ. Электронные версии и электронные партнеры традиционных СМИ.

Тема 4. Телевещание в Интернете.

Структурный и содержательных анализ телеканалов в сети. Принципы телевещания он-лайн. Кабельное и спутниковое каналы в сети. История Интернет-ТВ.

Тема 5. Радиовещание в сети.

Структурный и содержательных анализ радиостанций в сети. Принципы радиовещания он-лайн. Основные типы и их характеристики. Сайт радиостанции (и их разновидности). Версии. Новое радио (web-радио). История Интернет-радио.

Тема 6. Интернет-СМИ – организация и особенности функционирования.

Редакционные системы в Интернете.

Принципы типологизации интернет-ресурсов. Порталы. Сайты. Форумы. Чаты. Блогосфера. Типология сетевых СМИ. Принципы выделения сетевых СМИ. Веб-медиа в системе СМИ. Типологические характеристики сайтов Интернет-СМИ. Цели Интернет-медиа. Классификация сайтов. Классификация сетевых СМИ: сайтов изданий, телекомпаний, радиостанций, информационных агентств. Блоги, видеоблоги в системе Интернет-журналистики. Специфика функционирования веб-редакций. Веб-редакционная система: функции

и структура. Администрирование и редактирование сайтов СМИ. Медиаменеджмент в сети. Понятия конвергентной редакции и конвергентной журналистики. Язык Интернет-СМИ. Текст и гипертекст. Классификация гипертекстов. Интернет-лексика.

Тема 7. Особенности аудитории веб-медиа.

Сетевые читатели. Принципы проектирования маркетинговых коммуникаций в Интернете. Рекламные кампании СМИ в он-лайн пространстве. Этапы и методика проведения социологического исследования аудитории Интернет-СМИ.

Тема 8. Цели и задачи дисциплины Public Affairs.

Составляющие. Задачи. Различия понятий Public Affairs, Government Relation (GR), лоббизм, корпоративной социальной ответственности (КСО).

Тема 9. Регулирование рынка Public Affairs (РА) и СО в России.

Крупные национальные объединения специалистов в области СО: РАСО, Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью (АКОС). Международная Ассоциация Russia), Ассоциация Коммуникационных Российская Академия Общественных Политических Консультантов (РАПК).

Тема 10. Public Affairs в деятельности объединений.

Public Affairs в России на примерах проектов-победителей крупнейших российских премий в области СО: Серебряный Лучник, PROBA PR AWARDS, RuPoR, Хрустальный апельсин

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

рекомендуются также в качестве руководства для самостоятельного изучения курса студентами дневной и заочной формы обучения

Структура учебного плана по дисциплине «Массовые коммуникации в сфере культуры» предполагает комбинацию лекционных и практических (семинарских) занятий, самостоятельную подготовку к семинарским занятиям и активное участие в практических занятиях по самостоятельному созданию PR-продуктов; участие в дискуссиях, конференциях, мастер-классах, деловых играх и фестивалях рекламы и связей с общественностью.

Логика построения лекционного курса корреспондируется с содержательным и нормативным компонентами тематического плана, представленного в настоящем учебно-методическом комплексе. Фигурирующие в нем параметры являются строго ориентировочными и могут подвергаться корректировке со стороны преподавателя в случае необходимости усиления проблемного акцента в рамках той или иной тематики. Для обучающихся лекционный курс выступает в качестве одного из базовых элементов, необходимых для успешного освоения дисциплины. Он подразумевает интерпретацию лектором совокупности представлений, мнений и точек зрения относительно проблем, являющихся составляющей знаний в области теории и практики связей с общественностью.

Практические (семинарские) занятия имеют свою специфику в том, что они построены на анализе конкретных источников и трудов в области связей с общественностью. Подобная методика построения курса практических занятий активизируют творческий потенциал студентов, которым предоставляется право не только участвовать в проблемно-тематических дискуссиях, но и организовывать их. В связи с этим выделяются две формы участия в семинаре: активная и пассивная. В пассивной форме свое участие могут выражать все присутствующие в аудитории неограниченное количество раз. Данная форма предполагает участие в дискуссии. Под активной формой понимается организация дискуссии, то есть в этом случае заранее определенный студент берет на себя функции ведущего в рамках конкретного занятия. Преподаватель при осуществлении данной методики оставляет за собой функции эксперта, что проявляется в производимой им оценке содержательной и орга-

низационной сторон дискуссии с точки зрения качества. Результатом является учет активности участников, проявивших себя в активной форме и выставление промежуточной оценки ведущему.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ НА СЕМИНАРАХ И ЗАДАНИЙ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

1. Необходимо ли редактировать веб-тексты?
2. Дайте общую характеристику Закона РФ о СМИ.
3. Рассмотрите типологию веб-изданий и сайтов.
4. Какие существуют виды редактирования?
5. Что такое авторский проект, веб-обзор, блог?
6. Что такое сетевая организация?
7. Что такое гипертекст в сфере Интернет-СМИ?
8. Дайте характеристику текста, адаптированного для Интернет-сферы.

Примеры тем для дискуссии

1. Тема 1. Журналистика в информационно-коммуникационном пространстве.
2. Концепции развития постиндустриального общества в контексте массмедиа.
3. Процессы глобализации и журналистика
4. Интернет как новое коммуникативное пространство.
5. Интернет-журналистика в системе СМК.
6. Функции Интернет-журналистики.
7. Особенности аудитории Интернет-медиа.
8. Организация работы веб-редакции. Структура Интернет-СМИ.
9. Этические и правовые проблемы Интернет-журналистики.
10. Функции интернет-журналистики в современном коммуникативном пространстве?
11. Концепция М. Маклюэна о роли массмедиа в постиндустриальном обществе.
12. Цензура в Интернете.
13. Социальные сети в системе СМ(К)?
14. Блогосфера – новый вид интернет-журналистики.
15. Типология Интернет-СМИ.
16. Классификацию радиовещания в сети (в рунете).
17. Классификация телевещания в сети (в рунете).
18. Функции и структура веб-редакционной системы?
19. Исследования Интернет-аудитории.
20. Принципы продвижения Интернет-СМИ.

Примеры тем рефератов (тема 3)

1. Дожурналистский опыт массовой коммуникации человечества.

2. Возникновение и развитие отечественной журналистики.
3. Развитие массовой информации и СМИ в советский период.
4. Тенденции развития российских СМИ в конце XX столетия.
5. Общие представления об информационных процессах современности. Информационное общество.
6. Информационная безопасность. Информационная политика.
7. Место и роль информационных агентств в структуре СМИ.
8. Политика и СМИ. Регулирующая роль СМИ в политической сфере общества
9. Современное российское телевидение.
10. Системные особенности современного радиовещания Российской Федерации.
11. Российские СМИ и Интернет.
12. Содержание и своеобразие журналистского творчества.
13. Журналистское расследование.
14. Система управления редакционным коллективом.
15. Редакционные процессы при выпуске печатных СМИ.
16. Законодательное обеспечение свободы слова и информации в Российской Федерации в постсоветский период.
17. Нравственные основы журналистской деятельности.
18. Профессиональная и служебная этика журналиста.
19. СМИ и связи с общественностью как социальные институты коммуникации.

Примеры тестовых заданий

Тема 1-2

Убеждение – это:

А) осведомленность;

Б) знание;

В) предпочтения.

Тема 3-4

Что такое прайм-тайм?

А) время начала рекламной кампании;

Б) время наибольшего охвата аудитории телеканал

В) время прохождения рекламной кампании;

Тема 5

Почему размещение рекламы на ТВ требует большего количества повторов?

А) из-за высокой степени «зашумленности»;

Б) из-за высокой степени ротации аудитории;

В) из-за высокой стоимости;

Г) из-за большого числа потенциальной аудитории;

Компетентностно-ориентированные задания

Задание: решите поставленные задачи, раскройте смысл и целесообразность осуществленных вами действия при решении задачи.

Тема 2

Составление аналитической записки «Информационный рынок: структура, условия функционирования» (Москва, МО и т.п.)

Тема 3

Анализ сайта СМИ/ медиа организации, получение сведений, необходимых для углубленного изучения отдельных аспектов темы, данной преподавателем.

Тема 4

Создание и ведение блога (на выбранную тему).

Тема 5

Создание структуры и информационное наполнение сайта медиа организации

Вопросы для самоконтроля и обсуждения:

Вопросы для самопроверки:

Тема 1.

1. В чем причина появления ИМК?
2. Какие задачи решают ИМК?
3. Какова роль связей с общественностью в ИМК?
4. Чем отличаются связи с общественностью и реклама?
5. Каковы тенденции развития ИМК в России?

Тема 2.

1. Роль рекламы в маркетинге.
2. Функции рекламы.
3. Структура рекламного отдела.
4. Задачи рекламного отдела.
5. Современные рекламные средства.
6. Влияние рекламы на массовое сознание.
7. Методы психологического воздействия рекламы на потребителя.
8. Мотивы потребителей.
9. Использование закономерностей запоминания в рекламе.
10. Особенности восприятия рекламы.

Тема 3.

1. Понятие культурной среды.
2. Межкультурные отличия восприятия рекламы.
3. Структура международной рекламы.
4. Глобальные рекламные кампании.

Тема 4.

1. Роль связей с общественностью в ИМК.
2. Управление коммуникациями с помощью PR-технологий.
3. Маркетинговая функция связей с общественностью.
4. Организация и проведение PR-кампаний.
5. Понятие имиджа предприятия.

Тема 5.

1. Инструменты мобильного маркетинга.
2. Вебсайт.
3. Виды Интернет-рекламы.
4. Сенсорный маркетинг.
5. Вирусный маркетинг.

Тема 6.

1. Стимулирование сбыта и продаж.

2. Прямой маркетинг.
3. Личные продажи.
4. Мотивация торгового персонала.

Тема 7.

1. Понятие экономической эффективности.
2. Эффективность рекламы и связей с общественностью.
3. Методы исследования маркетинговых коммуникаций.
4. Эффект синергии в интегрированных маркетинговых коммуникациях.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций
2. Причины применения интегрированных маркетинговых коммуникаций
3. Модель интегрированных маркетинговых коммуникаций
4. Маркетинговые коммуникации по стадиям жизненного цикла товара
5. Достоинства и недостатки различных инструментов маркетинговых коммуникаций
6. Стратегический подход к управлению маркетинговыми коммуникациями
7. Составляющие социально-культурной среды коммуникаций
8. Культуры и субкультуры и их влияние на поведение потребителей
9. Демографические изменения и их влияние на поведение потребителей
10. Понятие социального класса и взаимосвязь с маркетинговыми коммуникациями
11. Группы влияния на поведение потребителей
12. Маркетинговые коммуникации и государственное регулирование
13. Определение рекламы, ее место в маркетинговом коммуникативном комплексе
14. Основные задачи рекламы
15. Процесс создание рекламы, его этапы
16. Факторы эффективной рекламы
17. Методы оценки эффективности рекламы
18. Функции участников рекламного процесса
19. Социально-психологические аспекты рекламных коммуникаций
20. Средства рекламы и их характеристика
21. Основы медиапланирования
22. Тизерная реклама
23. Принципы формирования рекламного бюджета
24. Понятие связей с общественностью, их место и роль в маркетинговых коммуникациях
25. Социальный феномен связей с общественностью
26. Роль связей с общественностью в системе управления предприятием
27. Роль связей с общественностью в формировании имиджа и репутации компании
28. Понятие общественности в связях с общественностью
29. Взаимоотношения с инвесторами
30. Управление корпоративным имиджем
31. Организация и проведение специальных мероприятий
32. Взаимодействие с персоналом
33. Понятие стимулирования сбыта, его место и роль в маркетинговых коммуникациях
34. Стимулирования сбыта методами проталкивания и протаскивания
35. Стратегии стимулирования сбыта
36. Стимулирование торговых посредников
37. Стимулирование торгового персонала
38. Стимулирование потребителей
39. Понятие, элементы, роль и место прямого маркетинга в коммуникативном комплексе

40. Разработка стратегии прямого маркетинга
41. Оценка прямого маркетинга
42. Средства доставки информации в прямом маркетинге
43. Личные продажи, его место и роль в маркетинговых коммуникациях
44. Интегрирование личных продаж
45. Виды личных продаж
46. Процесс личных продаж
47. Спонсорство
48. Выставки-ярмарки как инструмент коммуникаций
49. Разработка медиаплана
50. Формирование медиастратегии
51. Разработка медиатактики
52. Процесс планирования ассигнований и бюджета маркетинговых коммуникаций
53. Оценка эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций
38. Медиаметрия. Рейтинги СМИ, доля аудитории, GRP. Медиаметрия в Интернете: технология маркетинга.
39. Социально-психологический анализ: определение, сущность.
40. Исследование эффективности PR-деятельности: цели и этапы эффективности PR-программ, модели.
41. PR-проектирование: основные понятия, определения, характерные черты, специфика.
42. Структура PR-проекта. Характеристика элементов структуры PR-проекта.
43. Стратегическое планирование: определение, задачи. Понятие стратегии и ее основные виды.
44. Характеристика этапов стратегического планирования. Роль PR-менеджера в стратегическом планировании.
45. Виды современных школ стратегий и их возможности в отношении PR-деятельности: школа позиционирования, планирования, школа культуры и пр.
46. Стратегии в PR-деятельности и их виды.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Критерии оценки результатов по дисциплине

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если компетенция(ии), закрепленная за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) в полном объеме на уровне «высокий», и обучающийся демонстрирует как результат обучения следующие знания, умения и навыки: обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, продемонстрировал это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет сочетать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».</p>
«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».</p>
«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература:

6.1. Основная литература

1. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Н.В. Ушакова, А.Ф. Стрижова— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 264 с.— Режим доступа: <http://idp.nwipa.ru:2945/57073.html>.
2. Шарков Ф. И. Константы гудвила [Электронный ресурс]: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы - М.: Дашков и К [и др.], 2015. – 271 с. - Режим доступа: <http://idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=342433.html>.

6.2. Дополнительная литература

1. Лысикова, О. В., Лысикова, Н. П. Имиджелогия и паблик рилейнз в социокультурной сфере [Электронный ресурс] - М.: Флинта, 2014. – 168 с. – Режим доступа: <http://idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=341718.html>.
2. Сальникова, Л. С. Управление репутацией [Электронный ресурс]: учебное пособие. - М.: МГИМО-Университет, 2012. – 80 с. - Режим доступа: <https://idp.nwipa.ru:2706/m/reader/book/46309/#1.html>.
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 269 с. <https://idp.nwipa.ru:2920/book/CE7E69D8-C5A8-4C4F-869B-E367698E81D3>

Периодические издания по связям с общественностью

- Советник
- Маркетинг и маркетинговые исследования
- Со-общение
- 7 статей
- PR-news
- PR-диалог
- Популярность
- Рекламное измерение
- Marketing Research
- PR-week

Internet-сайты, посвященные исследованиям в области связей с общественностью

Профессиональный PR-портал «Советник» <http://www.sovetnik.ru>

Сайт PR-агентства «Международный пресс-клуб» <http://www.pressclub.host.ru>

Сайт информационно-аналитической газеты PR-news <http://www.pr-news.spb.ru>

Американская ассоциация по связям с общественностью <http://prsa.org>

Виртуальный ресурсный центр для некоммерческих организаций <http://trainet.org>

в) программное обеспечение – не требуется

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Google, Yandex, Rambler, Консультант-Плюс. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины предусматривает использование электронных ресурсов и библиотек, содержащих тексты по этике: в частности электронная библиотека Сектора этики Института философии РАН: <http://ethicscenter.ru/biblio.html>

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Самостоятельная работа обучающихся – это их деятельность как на занятиях в аудиториях, так и во время подготовки к занятиям дома. Самостоятельная работа должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать учащихся на умение применять теоретические знания на практике. Обучающийся должен вести глоссарий (словарь непонятных слов и выражений), а также выработать навыки конспектирования основных источников.

Вести глоссарий необходимо систематически по мере появления новых терминов по изучаемой дисциплине. Следует также обратить внимание на близкие по значению термины. Так, национализация – раскрывается как «переход от частной собственности к государственной», а конфискация – как «принудительное изъятие денег, имущества и т.д.», но также в собственность государства. Экспроприация же означает принудительное лишение собственности одного класса другим. Довольно часто, особенно в устной речи, эти понятия легко меняются местами, придавая выступлению некую условную схему, которая искажает главную мысль.

Самостоятельная работа предусматривает более глубокое изучение и усвоение материала курса, формирование навыков исследовательской работы путем:

- конспектирования первоисточников и другой учебной и научной литературы;
- проработки учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) и подготовки докладов;
- поиска и обзора научных публикаций и электронных источников информации;
- выполнения контрольных работ;
- написания рефератов (эссе);
- работы с тестами и вопросами для самопроверки;
- подготовки докладов, в том числе с презентациями
- участия в научных конференциях.

Как работать с книгой

В настоящее время мы вынуждены признать, что для основной массы населения главным источником информации стало телевидение и Интернет, причем, что касается телевидения, то оно преимущественно по объему передач – развлекательное. В советское время объем познавательных передач был весьма значительным, да и советские люди много читали. Сейчас ситуация иная. Чтение научной литературы требует высокой интеллектуальной культуры, это труд, сравнимый с искусством. Всегда ли мы правильно читаем? Следует отметить, что у многих учащихся весьма слабые навыки и приемы работы с книгой. Чтение научной книги можно условно разделить на два этапа: первый – предварительный; второй – этап настоящего, серьезного чтения. На первом этапе уже из заглавия книги становится ясно то, о чем пойдет речь. Нужно внимательно прочитать предисловие, введение, оглавление и заключение. Когда мы узнаем главную мысль книги, тогда и принимается решение о ее глубокой проработке (возможно не всей книги, а лишь какого-то раздела). Серьезное чтение – следующий этап; главное при этом – понять научную книгу. То, что мы узнаем из данной книги, нужно увязать с имеющимися знаниями. Возможно, что содержание книги может изменить наши представления о каком-либо предмете. Вместе с тем, нужно оценить читаемую книгу (!), дать ей свою критическую оценку. Пусть эта оценка будет наивной, но критиковать нужно учиться, без этого не развивается самостоятельное и инициативное мышление.

Многие специалисты рекомендуют при чтении делать выписки на листах или на карточках под номерами, с пометками и комментариями читателя. Учащиеся делают выписки в тетради, излагают содержание своими словами, на полях делают пометки, оценки, замечания; в тексте выделяют маркером нужные места, наносятся какие-либо символы (стрелочки, плюсы или минусы, восклицательные или вопросительные знаки и т.д.), т.е. учащийся делает свой конспект научной книги или статьи. Следует знать основные этапы и приемы конспектирования:

- а) понять смысл прочитанного, уяснить цели и задачи автора научной книги;
- б) повторно перечитать и уточнить основные положения работы и аргументацию автора;
- в) сделать выписки;
- г) дать оценку прочитанному (можно на полях тетради или листах формата А4);
- д) выделить маркером или фломастером ключевые идеи или положения.

Обучающийся должен уметь пользоваться соответствующей терминологией:

- план – определенный порядок изложения чего-либо (текста, доклада, выступления);
- тезисы – краткие основные положения лекции или доклада;
- выписки – выдержки, цитаты из какого-либо источника;
- таблица – все числовые сведения о исторических событиях и процессах, занесенные в графическую сетку;
- сравнительная таблица, диаграмма или другие изображения помогают выделить общее и особенное в разных периодах исторического процесса;
- резюме – краткое заключение.

Старательно написанный конспект, с правильным расположением записей, с обязательными полями и понятными сокращениями длинных слов, легко и быстро читается автором в процессе подготовки к семинарам, зачету или экзамену.

Рекомендации по работе с электронными ресурсами

Компьютер прочно вошел в нашу жизнь. Можно даже говорить о дегуманизации жизни общества из-за влияния компьютеров, но, несомненно то, что компьютер предоставляет широкие возможности в деле самообразования и совершенствования. В изучении экономики культуры необходимо знать, что так называемые электронные ресурсы играют роль дополнительной информации в сравнении с «бумажными». В использовании электронных ресурсов нужно стремиться к тому, чтобы не было разрыва с той практикой использования источника, которая существовала еще в докомпьютерные времена. Другими словами: если используется электронный ресурс, то желательно назвать автора, адрес в сети, возможно авторский коллектив и т.д. Кроме того следует ссылаться на те официальные сайты учреждений, центров, агентств и т.д., которые имеют свои издательства, журналы или другие периодические издания, т.е. чтобы присутствие создателей сайтов было бы не только в виртуальном пространстве.

Всякое копирование рефератов или каких-либо материалов, которые выдаются за свои – недопустимо, в некоторых случаях – это просто плагиат. Нужно в Интернете искать доброкачественные источники, избегать сайтов с функцией редактирования, т.к. такая коррекция, порой анонимная, не усиливает, а наоборот, уменьшает научность информации.

Как подготовить доклад

Доклад – это, прежде всего, то, что учащийся готовит самостоятельно; это вид внеаудиторной работы, но, когда доклад написан и правильно оформлен – это реферат. Зачитанный доклад на семинарском занятии – это сообщение. Объем такого сообщения составляет 10-15 страниц печатного текста (компьютерный набор). Лист формата А4, шрифт и другие характеристики текста даны в следующем подразделе «5. Как написать реферат и эссе».

Итак, доклад – это написанный на конкретную тему текст с последующим публичным выступлением. Цели и задачи доклада оговариваются во введении. Докладчик демонстрирует в своем выступлении навыки исследовательской работы, умение критически мыслить, делать выводы и предлагать какие-либо идеи. Содержательный доклад всегда вызывает живую реакцию у слушателей, которые могут задавать вопросы. Отвечать на вопросы – это тоже важный показатель уровня эрудиции и культуры докладчика. Этому надо учиться. Лучший доклад может быть опубликован в сборнике студенческих научно-исследовательских работ. Доклад может быть представлен в виде презентации с использованием компьютерных технологий, а также других демонстрационных технологий.

Как написать реферат и эссе

Реферат – это краткое изложение в письменном виде или в устной форме содержания важной научной работы или нескольких работ по какой-либо теме. Тематика реферата определяется преподавателем. Если реферат передает содержание одной какой-то монографии,

то учащийся стремится раскрыть суть проблемы или проблем реферируемой работы. Если точек зрения несколько – то их нужно рассмотреть последовательно. Обычно вся работа по написанию реферата разбивается на этапы. Вот примерная разбивка на этапы:

- 1) выбор темы реферата;
- 2) поиск литературных или электронных источников по выбранной теме;
- 3) чтение и обработка собранной информации;
- 4) составление плана реферата;
- 5) написание реферата;
- 6) защита основных его положений, выступление с докладом по теме реферата.

Реферат должен иметь следующую структуру:

- 1) титульный лист;
- 2) оглавление или содержание;
- 3) введение;
- 4) основной текст;
- 5) главы, разделы или параграфы;
- 6) список использованной литературы или сайтов, электронных ресурсов.

Тема реферата должна быть актуальна и интересна для самого автора.

Введение реферата должно содержать обоснованные темы, ее актуальность. Автор реферата должен сформулировать цель исследования и определить задачи, решаемые в процессе написания реферата, необходимые для достижения поставленной цели. Основная часть реферата составляется из разделов выбранного по теме материала. В работе по написанию реферата присутствует два творческих момента:

- 1) поиск необходимой информации в литературе или Интернете;
- 2) компоновка основной части идет по строгой схеме, определить ее структуру – важнейшая задача пишущего реферат.

Итак: поиск и структура реферата требуют от обучающегося определенного творчества. В заключении реферата формируются выводы, которые позволяют судить о том, что цель, поставленная в введении, достигнута. В заключение автор высказывает и свое личное мнение.

В обобщенном виде в процессе написания реферата студенты должны соблюдать следующие требования:

1. Тема выбирается одна и регистрируется у преподавателя.
2. Объем реферата составляет 15-20 страниц на листах формата А4 без титульного листа, списка использованной литературы и приложений в виде фотографий, схем, графиков. Компьютерный набор.
3. Работа должна иметь четкую структуру: введение, основная часть (2-3 параграфа), заключение и список использованной литературы.
4. При написании работы используются информационные источники Интернета и электронные ресурсы, монографии, журнальные статьи по «Экономике культуры».
5. Учебники и учебные пособия, а также энциклопедии, в список использованной литературы не включаются и не цитируются в реферате. Не нужно помещать в список большое число изданий, не использованных в тексте. Это относится и к изданиям на иностранных языках, а также к редкостным книгам, которых нет ни в библиотеках, ни в электронных ресурсах.
6. Список использованной литературы должен включать 5-6 названий работ по минимуму и 15-20 по максимуму.
7. В заключении подводятся итоги всей работы. Там не должны приводиться факты, о которых не было речи в основной части. В заключении, как правило, соотносятся выводы с целями и задачами, поставленными во введении.

Текст реферата представляется на стандартных листах бумаги формата А4. Шрифт Times New Roman, кегль 14, межстрочный интервал 1,5, поля – правое 1,5 см, левое – 3 см,

верхнее и нижнее – 2 см. Ссылки внизу страницы не нужно делать. Если возникла необходимость показать откуда заимствована цитата, то по окончании цитаты в скобках указывается две цифры: первая – номер статьи или книги в библиографическом списке, вторая – номер страницы. Например: «Зачастую издержки организаций, связанных с искусством, значительно превышают их доходы.». [2, с. 65].

Реферат должен представлять самостоятельный труд, а не бездумно переписанный опус. Не советуем идти по простому пути: скачать все полностью из Интернета или купить реферат. Таким нечестным путем не достигается необходимое развитие интеллекта: получение хорошего образования – это труд честных людей.

Эссе – (от французского слова *essai* – попытка, очерк) сочинение небольшого объема, в котором социально-политические, экономические, исторические, философские и другие проблемы трактуются не в систематическом научном виде, а в свободной форме. Эссе выражает индивидуальные соображения по конкретным вопросам и не претендует на определяющую и исчерпывающую трактовку предмета. Стиль эссе тяготеет к образности, афористичности, он ближе к установке на разговорную интонацию и язык общения, или к популярным жанрам научной литературы.

Требования к эссе почти такие же как к реферату: титульный лист, библиографический список с 2-3 названиями, объем 3-4 страницы формата А4.

Формой текущего контроля самостоятельной работы по дисциплине является оценка работы студентов на семинарских занятиях.

В соответствии с целями и задачами курса выполнение самостоятельной работы предполагает следующие оценки знания:

Максимальное количество – **Отлично** – студент получает при выполнении следующих условий:

- выступление с сообщением по одному из вопросов семинарского занятия;
- активное участие в межгрупповых и внутригрупповых дискуссиях;
- активное использование дополнительной рекомендуемой литературы по курсу;
 - умение находить требующуюся информацию, анализировать и интерпретировать ее в соответствии с целями и задачами семинарского занятия;
 - умение ориентироваться во всем массиве изучаемого материала, соотносить новый материал с пройденным;
 - умение сформировать и обосновать свою позицию, аргументировать ее;
 - умение сформулировать общие выводы и тезисы по выбранной теме;

Хорошо студент получает при выполнении следующих условий:

- выступление с сообщением по одному из вопросов семинарского занятия;
- использование дополнительной рекомендуемой литературы по изучаемой теме;
 - умение достаточно полно раскрыть тему;
 - достаточно активное участие в межгрупповых и внутригрупповых дискуссиях

Удовлетворительно студент получает при выполнении следующих условий:

- выступление с сообщением по одному из вопросов семинарского занятия;
- умение достаточно полно раскрыть тему.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Обучающимся по ОПОП обеспечен доступ к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содер-

жащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (www.mgik.org); ход образовательного процесса по дисциплине фиксируется посредством электронной информационно-образовательной среды института (www.mgik.org); обеспечено формирование электронного портфолио обучающегося по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института (www.mgik.org).

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Операционные системы:

- Windows 7 Professional

Пакет офисных программ:

- ABBYY FineReader 14 Business 1 year (Per Seat) Academic
- Microsoft Office 2016 Outlook
- Microsoft Office 2016 Word
- Microsoft Office 2016 Excel
- Microsoft Office 2016 PowerPoint
- Microsoft Office 2016 OneNote
- Microsoft Office 2016 SharePoint
- Microsoft Office 2016 Microsoft Teams
- Microsoft Office 2016 Access
- Microsoft Office 2016 Publisher
- 1С:Университет
- Учебные планы ВО и УП ВПО

Антивирусные программы:

- Kaspersky Endpoint Security

Другое ПО:

- Mozilla Firefox

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются электронно-библиотечные системы:

Электронно-библиотечная система «Лань»: <https://e.lanbook.com/>

Электронная библиотека «Юрайт» <https://biblio-online.ru/>

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНАМ

Учебные занятия по дисциплине «*Массовые коммуникации в сфере культуры*» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования и программного обеспечения
Занятия лекционного типа	Поточная аудитория, оснащенная проекционным оборудованием
Занятия семинарского типа	Поточная аудитория, оснащенная проекционным оборудованием

Самостоятельная работа студентов	Научно-техническая библиотека
----------------------------------	-------------------------------

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер, проектор, доска).

11. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (при наличии)

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;

- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.
 - для глухих и слабослышащих:
- в печатной форме;
- в форме электронного документа.
 - для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

Автор: Гришанин Н.В. кандидат культурологии, доцент.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры культурологии от 21 сентября 2023 года, протокол №8.

Теория и практика связей с общественностью

Цель освоения дисциплины: сформировать у магистрантов знания о работе по связям с общественностью, системе PR-коммуникаций, их свойствах и функциях, специфических особенностях на современном этапе; сформировать компетенции, необходимые для деятельности культуролога в работе по связям с общественностью; выработать практические навыки организации и проведения мероприятий в области связей с общественностью, связанных с решением профессиональных задач. А также способствовать системному освоению понятийно-категориального аппарата работы по связям с общественностью; формирование знания об основных ресурсах в области связей с общественностью и их специфике; подготовить магистрантов к культурологической работе в системе связей с общественностью.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: Дисциплина относится к разделу дисциплин по выбору, реализуется в 4 семестре, общее количество часов – 108

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля):

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

ПК-5 Готов к проектно-аналитической деятельности в сфере культурных и социальных коммуникаций

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные методологические подходы к понятию «Массовые коммуникации»; основные системные свойства сферы массовых коммуникаций; основные критерии оценки эффективности работы в массовых коммуникациях; основные этические кодексы специалиста в области массовых коммуникаций.

Уметь: использовать современные технологии работы с медиаинформацией в области массовых коммуникаций; определять наиболее эффективные каналы подачи информации, адекватные поставленной общекультурной задаче; составлять основные документы в области массовых коммуникаций (реклама и связи с общественностью); работать в различных социокультурных условиях, с учетом конкретных целевых аудиторий; работать с различными информационными ресурсами.

Владеть: технологиями подготовки и оформления продукции в сфере рекламы и связей с общественностью; основными направлениями современной работы в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками подготовки презентационной продукции.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетных единицы, 108 часа – очная форма обучения; 3 зачетных единицы, 108 часа – заочная форма обучения.

Структура, краткое содержание дисциплины (модуля) и формы контроля освоения:

1. Связи с общественностью как объект культурологического исследования.
2. Специфика современной работы по связям с общественностью. Целевые аудитории в связях с общественностью.
3. Основные подходы к работе по связям с общественностью.
4. Коммуникационные каналы в области связей с общественностью.
5. Презентационная продукция в связях с общественностью.
6. Защита комплексного проекта.

Форма контроля – зачет с оценкой.