


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета факультета
 от 15 июня 2021 г., протокол № 14/231
 Председатель *(подпись)* /Ившина Т.А./
(подпись, расшифровка подписи)
 «15» июня 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	PR в сфере культуры
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3/5

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1» сентября 2021 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Гончарова Н.В.	СОРИК	к.с.н.

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой
<i>(подпись)</i> / Магомедов А.К. / Подпись ФИО «15» июня 2021 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель освоения дисциплины: получение профессиональных знаний в области управления коммуникативной политики учреждений культуры для налаживания позитивных, доброжелательных, взаимовыгодных отношений с общественностью, формирования имиджа организации, ее товаров и услуг с использованием современных средств коммуникации.

Задачи освоения дисциплины:

- понимание сущности, основных функций, специфики рекламы и связей с общественностью в сфере культуры
- изучение основных элементов организации PR-коммуникаций и проведения PR-кампаний учреждений культуры;
- применение полученных теоретических знания для решения конкретных задач по формированию и поддержанию имиджа НКО и организаций социальной сферы

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Очная форма обучения

Дисциплина «PR в сфере культуры» к основным дисциплинам вариативной части учебного плана бакалавров. Изучается в 8 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:


К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины «Социальные институты и процессы», «Демография и социальная статистика»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов («Введение в теорию и практику рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью», «Основы конфликтологии», «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Основы интегрированных коммуникаций»), а также социологические, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Социология массовой коммуникации», «Психология массовых коммуникаций», «Основы менеджмента», «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Технологии имиджмейкинга» «Планирование PR-кампаний», «Планирование рекламной кампании», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Планирование антикризисных коммуникаций», «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Современная пресс-служба», учебная, производственная практики.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», «Управление общественным мнением», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов», «Коммуникации в политических процессах и институтах». «Внутрифирменные коммуникации» «Коммуникационный менеджмент», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», производственная практика, ГИА.

Заочная форма обучения

Дисциплина «PR в сфере культуры» к основным дисциплинам вариативной части учебного плана бакалавров. Изучается в 9 семестре.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:

К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины «Социальные институты и процессы», «Демография и социальная статистика»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов («Введение в теорию и практику рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью», «Основы конфликтологии», «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Основы интегрированных коммуникаций»), а также социологические, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Социология массовой коммуникации», «Психология массовых коммуникаций», «Основы менеджмента», «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Технологии имиджмейкинга» «Планирование PR-кампаний», «Планирование рекламной кампании», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Планирование антикризисных коммуникаций», «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Современная пресс-служба», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», учебная, производственная практики.


Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Управление общественным мнением», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов», «Коммуникации в политических процессах и институтах». «Внутрифирменные коммуникации» «Коммуникационный менеджмент», производственная практика, ГИА.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<ul style="list-style-type: none"> • Знать: основные этапы процесса разработки и реализации коммуникативных кампаний в сфере культуры, источники и методы получения информации по состоянию социальных проблем и общественного мнения по различным проблемам в данной сфере • Уметь: : Анализировать информацию для принятия обоснованных решения в профессиональной сфере, оценивать общеэкономические, политические риски, их неблагоприятные последствия для организаций социальной сферы • Владеть: Методами анализа ситуации, проблем развития институтов культуры, методами взаимодействия учреждений культуры с различными целевыми аудиториями

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		
ПК1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>Знать:. основные теоретические подходы к феномену коммуникации возможности их применения в практической деятельности учреждений культуры, основные модели коммуникационного процесса в данной сфере, их специфику; формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR – кампаниях в сфере культуры, особенности работы PR-отделов в коммерческих организациях, стратегии создания эффективной коммуникации, принципы корпоративной культуры</p> <p>Уметь: разрабатывать варианты коммуникационных кампаний и обосновывать выбор оптимального медианосителя исходя из критериев эффективности коммуникационной кампании в сфере культуры</p> <p>Владеть: навыками анализа, планирования, реализации и мониторинга коммуникационной компании учреждении культуры, технологиями формирования внутреннего и внешнего имиджа в сфере культуры, методологией анализа коммуникаций в рекламе и связях с общественностью; базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR – деятельностью в сфере культуры; навыками работы с рекламными и PR-текстами, специализированными документами</p>	


4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

по видам учебной работы (в часах) 72 часов

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		6	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	32	32		
Аудиторные занятия:	32	32		
Лекции	16	16		
семинарские и практические занятия	16	16		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	40	40		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические задания, проект Аналитическая записка		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)		Зачет		
Всего часов по дисциплине	72	72		

* В случае необходимости использования в учебном процессе

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения


Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		6		
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	8	8		
Аудиторные занятия:	8	8		
Лекции	4	4		
семинарские и практические занятия	4	4		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	60	60		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические задания, проект Аналитическая записка		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)		Зачет (4)		
Всего часов по дисциплине	72	72		

** В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения*

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения ____ очная ____

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Организация и планирование PR-коммуникаций в сфере культуры							
Тема 1. Коммуникационный менеджмент учреждений культуры	12	4	2			6	Выполнение практического задания

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО							
Тема 2. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	10	2	2		2	6	Выполнение практического задания
Тема 3. Имидж, престиж и технологии их формирования	10	2	2			6	Выполнение практического задания
Раздел 2. Организация работы с различными аудиториями в связях с общественностью							
Тема 4. Работа с органами государственного и местного управления, общественными объединениями, с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями	10	2	2		2	6	Выполнение практического задания
Тема 5. Работа с внутренней аудиторией организации	12	2	2			8	Выполнение практического задания
Тема 6. Оценка эффективности рекламы и PR в сфере культуры	18	4	6		2	8	Аналитическая записка
Итого	72	16	16		4	40	Итого

Форма обучения _____ заочная _____

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Организация и планирование PR-коммуникаций в сфере культуры							

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО							
Тема 1. Коммуникационный менеджмент учреждений культуры	12	2				10	Выполнение практического задания
Тема 2. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	12	2			2	10	Выполнение практического задания
Тема 3. Имидж, престиж и технологии их формирования	10					10	Выполнение практического задания
Раздел 2. Организация работы с различными аудиториями в связях с общественностью							
Тема 4. Работа с органами государственного и местного управления, общественными объединениями, с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями	12		2		2	10	Выполнение практического задания
Тема 5. Работа с внутренней аудиторией организации	10					10	Выполнение практического задания
Тема 6. Оценка эффективности рекламы и PR в сфере культуры	12		2		2	10	Аналитическая записка
Итого	72	4	4		4	60	Итого


5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Раздел 1. Организация и планирование PR-коммуникаций в сфере культуры

Тема 1. Коммуникационный менеджмент учреждений культуры

Место PR в менеджменте учреждений культуры. Специфика организации отделов по связям с общественностью в организациях сферы культуры. Публичная деятельность. Социальные проекты. Определение проблем PR. Планирование деятельности: основные этапы и содержание стратегического и тактического плана. Цели и направленность

Форма А

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

мероприятий рекламы и PR. Кампании по закреплению определенных установок и линий поведения. Кампании, направленные на модификацию поведения людей. Технологии привлечения внимания к явлению или событию. Массовые публичные кампании.

Тема 2. Организация и планирование работы со средствами массовой информации

Понятие медиа-рилейшнз, задачи медиа-рилейшнз для учреждений культуры. Оптимизация формы и стиля подачи материалов. Способы подачи информации: утверждение, повторение, дробление, срочность, сенсационность. Приемы интерпретации информации. Ньюсмейкинг: понятие, требования, событийное и смысловое конструирование новости. Коммуникационные мероприятия для журналистов (пресс-конференция, брифинг, пресс-тур и пр.) и особенности их проведения.

Тема 3. Имидж, престиж и технологии их формирования

Понятия имиджа, репутации, паблисити. Корпоративный имидж организации сферы культуры, его структура. Имидж деятельности учреждения культуры. Внутренний имидж организации. Имидж основателя и/ или основных руководителей организации. Имидж сотрудников. Визуальный имидж организации. Социальный имидж организации. Корпоративная идентичность. Понятия корпоративной миссии, корпоративной индивидуальности. Процесс управления корпоративным имиджем. Имидж как объект моделирования. Понятие "паблисити" и его значения для формирования стратегии и тактики компании. Методы формирования имиджа учреждения культуры.

Раздел 2. Организация работы с различными аудиториями в связях с общественностью

Тема 4. Работа с органами государственного и местного управления, общественными объединениями, с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями

PR -работа с государственными, общественными организациями. Формы работы с государственными и общественно-политическими организациями. Работа с органами государственного управления. Лоббизм. Спонсорство. Благотворительность: виды, организация. Патронаж. Избирательные Работа с местной общественностью.

Цели и задачи работы с потребителями. Типологии групп общественности. Ситуативный подход Сайтла. Основные правила работы с потребителями. Организация работы с потребителями. Организация мероприятий.

Понятия инвесторов. Программа работы с инвесторами. Принципы ведения работы с инвесторами. Направления и инструменты PR-деятельности для выстраивания отношений с партнерскими организациями


Тема 5. Работа с внутренней аудиторией организации

Особенности управления сотрудниками в учреждениях культуры. Построение отношений между сотрудниками. Методы мотивации и стимулирования сотрудников. Особенности привлечения и управления волонтерами.

Цели и задачи связей с общественностью в формировании внутрифирменных коммуникаций. Правила и принципы формирования внутрифирменных коммуникаций. Основные средства, применяемые для работы с внутренней аудиторией и их характеристика.

Тема 6. Оценка эффективности рекламы и PR в сфере культуры

Методика оценки промежуточных результатов. Оценка эффективности специально подготовленных событий. Опросы общественного мнения. Оценка осведомленности, обладания информацией, её понимания и осознания. Оценка сохранения/ воспроизведения

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

полученной информации. Оценка отношений и предпочтений. Оценка поведения. Интерпретация и использование результатов оценочного исследования. Case Studies. Анализ вторичной информации. Контент-анализ. Опросы. Фокус-группы.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Организация и планирование PR-коммуникаций в сфере культуры

Тема 1. Коммуникационный менеджмент учреждений культуры

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Место PR в менеджменте учреждений культуры.
- Специфика организации отделов по связям с общественностью в организациях сферы культуры.
- Определение проблем PR.
- Планирование деятельности: основные этапы и содержание стратегического и тактического плана.
- Цели и направленность мероприятий рекламы и PR.
- Кампании по закреплению определенных установок и линий поведения.
- Кампании, направленные на модификацию поведения людей.
- Технологии привлечения внимания к явлению или событию.
- Массовые публичные кампании.


Домашнее практическое задание 1: Описание коммуникационной деятельности учреждения культуры (по выбору). Выделите ключевые проблемы, сформулируйте рекомендации. Задание оформляется в письменном виде.

Домашнее практическое задание 2: Составить список групп общественности для любой организации в сфере культуры. Какие средства PR Вы выберете для каждой из этих групп? Задание оформляется в письменном виде.

Тема 2. Организация и планирование работы со средствами массовой информации

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Понятие и задачи медиа-релейшнз
- Краткая характеристика основных СМИ
- Понятие управления СМИ и информацией
- На примере фирмы покажите действия механизма связи с прессой и опишите круг информации, которую PR-служба фирмы должна «производить» для СМИ
- Ньюсмейкинг: событийное и смысловое конструирование новости
- Цели и задачи проведения специальных мероприятий для СМИ. Система оповещения и приглашения журналистов. Работа пресс-службы по анализу информационного шлейфа мероприятия
- Пресс-конференция как один из основных методов работы со СМИ. Правила проведения
- Брифинг как специфическая форма распространения информации. Особенности проведения брифингов в государственных, коммерческих структурах и общественных организациях.
- Типовая структура пресс-тура. Организация посещения профильных для тематики пресс-тура объектов.
- Организация участия журналистов в корпоративных мероприятиях.
- Методы работы пресс-служб со СМИ: личные контакты; индивидуальные беседы; совещания; семинары; обсуждения проблем

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

- Пресс-релиз в системе медиа-рилейшнз. Структура. Основные требования к оформлению. Виды пресс-релиза. Стилистика пресс-релиза. Правила рассылки пресс-релизов. Пресс-релизы и Интернет
- В чем специфика различных видов PR-текста: бэкграундер, факт-лист, биография, поздравление, письмо, байлайнер, имиджевая статья, имиджевое интервью, пресс-кит

Домашнее задание:

Практическое задание 1: Возьмите любой печатный текст СМИ о культурном событии в жизни города или страны. Проанализируйте, какие способы подачи и приемы интерпретации информации используются. Работа оформляется в письменном виде.

Практическое задание 2. Написать пресс-релиз-анонс для любого мероприятия учреждения культуры. По этому же материалу напишите новостной пресс-релиз. Дополнительные данные для пресс-релиза могут быть произвольными.

Тема 3. Имидж, престиж и технологии их формирования

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Понятия имиджа, репутации, публичности.
- Имиджевые характеристики.
- Корпоративный имидж организации сферы культуры, его структура.
- Персональный имидж, его характеристики
- Визуальный имидж организации
- Отличие между спонсорством, меценатством и благотворительностью.
- Корпоративная идентичность.
- Имидж как объект управления.
- Методы формирования имиджа учреждения культуры.
- Специальные мероприятия и порядок подготовки. церемонии открытия, приемов, презентации, конференции, дня открытых дверей, круглых столов.


Домашнее практическое задание. Составление медиапортрета учреждения культуры в региональных СМИ (за период времени).

Раздел 2. Организация работы с различными аудиториями в связях с общественностью

Тема 4. Работа с органами государственного и местного управления, общественными объединениями, с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями (форма проведения – семинар, практическое занятие)

Вопросы:

- PR -работа с государственными, общественными организациями.
- Работа с органами государственного управления. Лоббизм.
- Спонсорство. Благотворительность: виды, организация. Патронаж.
- Работа с местной общественностью.
- Цели и задачи работы с потребителями.
- Типологии групп общественности.
- Ситуативный подход Сайтла.
- Организация работы с потребителями.
- Организация мероприятий.
- Понятия инвесторов. Программа работы с инвесторами. Принципы ведения работы с инвесторами.
- Направления и инструменты PR-деятельности для выстраивания отношений с партнерскими организациями.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

- Практическое задание: разработка программы презентации мероприятия учреждения N (дается преподавателем). Разработка коммуникативной программы, документов. Работа осуществляется в группах по 2-3 человека. Затем происходит защита проектов каждой группы.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Цели и задачи работы с потребителями.
- Назовите основные этапы формирования программы и принципы, которых надо придерживаться при реализации программы и установлении коммуникаций с целевыми аудиториями.
- Ситуативный подход Сайтла.
- Организация работы с потребителями: "горячая линия", арбитраж. Организация брифингов и презентаций.
- Понятия инвесторов. Раскройте механизм разработки программы отношений с инвесторами.
- Опишите основные инструменты, применяемые для работы с инвесторами: (отчет, собрание, специализированные средства).
- Опишите направления и инструменты PR-деятельности для выстраивания отношений с партнерскими организациями.

Домашнее задание: Разработка этапов фандрайзинга по поддержке мероприятия учреждения культуры. Подготовка письма с просьбой о благотворительной поддержке мероприятия. Спонсорского пакета. Работа оформляется в письменном виде.

Тема 5. Работа с внутренней аудиторией организации

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Цели и задачи PR в формировании внутрифирменных коммуникаций.
- Правила и принципы формирования внутрифирменных коммуникаций
- Основные средства, применяемые для работы с внутренней аудиторией и их характеристика.


Домашнее практическое задание: Разработайте программу исследования каналов внутрифирменной коммуникации любого учреждения культуры.

Тема 6. Эффективность связей с общественностью в сфере культуры (форма проведения – семинар, практическое занятие)

Вопросы:

- Методика оценки промежуточных результатов.
- Оценка эффективности специально подготовленных событий.
- Опросы общественного мнения.
- Оценка осведомленности, обладания информацией, её понимания и осознания.
- Оценка сохранения/ воспроизведения полученной информации.
- Оценка отношений и предпочтений.
- Оценка поведения.
- Интерпретация и использование результатов оценочного исследования.
- Case Studies.
- Анализ вторичной информации.
- Контент-анализ.
- Опросы.
- Фокус-группы.

- Практическое задание – разработка программы анализа и инструментария

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

имиджа учреждения культуры N (работа в группах по 2-3 человека).

Вопросы для самостоятельного изучения:

- В чем сложность оценки эффективности PR-кампании
- Каковы критерии оценки эффективности PR
- Оценка эффективности PR на этапе подготовки программы.
- Методика оценки промежуточных результатов.
- Как оценивать эффективность внутрикорпоративных коммуникаций. Какие методы используются.
- Анализ вторичной информации.
- Методы исследования: Case Studies, тестирование, контент-анализ. Опросы. Фокус-группы. Этнографические исследования.

Домашнее практическое задание: Подготовить мониторинг материалов в сети интернет об учреждении культуры (по выбору) за 3 месяца. Подготовить аналитическую записку

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)


Данный вид работы не предусмотрен по УП

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен по УП

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

№	Формулировка вопроса
1.	Определения понятия «Паблик рилейшнс». Особенности PR в сфере культуры
2.	Цели и задачи PR в сфере культуры
3.	Процесс коммуникации в PR и его основные этапы
4.	Основные теоретические концепции связей с общественностью
5.	Основные этапы PR-деятельности
6.	Понятия: общественность, мнение, общественное мнение
7.	Типологии групп общественности.
8.	Определение целевой и ключевой аудиторий. Виды и категории целевых аудиторий. аудитория внутренняя и аудитория внешняя
9.	Определение понятий лидеры общественного мнения и группы интересов.
10.	Особенности работы с органами государственной власти Лоббирование: понятия и правила ведения работы с представителями власти
11.	Виды PR мероприятий, правила их проведения
12.	Понятие, задачи медиа-релейшнс,
13.	Управление информацией: основные направления работы в связях с общественностью
14.	Ньюсмейкинг: понятие, требования, событийное и смысловое конструирование новости. Коммуникационные мероприятия для журналистов (пресс-конференция, брифинг, пресс-тур и пр.) и особенности их проведения.
15.	Характеристика каналов коммуникации в PR-деятельности
16.	Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования.
17.	Виды PR-мероприятий для развития взаимоотношений со СМИ
18.	Понятия инвесторов Основные инструменты PR, применяемые для работы с инвесторами

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО			
19.	Цели и задачи PR в формировании внутрифирменных коммуникаций. Правила и принципы формирования внутрифирменных коммуникаций.		
20.	Понятия благотворительности, спонсорства, патронажа, меценатства		
21.	Основные параметры имиджевой информационной кампании в СМИ.		
22.	Правила проведения медиа – мониторинга.		
23.	Принципы формирования баз данных СМИ. Основные требования к пресс-досье и медиа-досье.		
24.	Понятия имиджа, репутации, паблисити.		
25.	Корпоративный имидж. Структура имиджа организации.		
26.	Имидж услуги.		
27.	Имидж основателя и/ или основных руководителей организации. Имидж персонала.		
28.	Понятие корпоративной идентичности		
29.	Основные проблемы оценки эффективности связей с общественностью.		
30.	Методы и направления оценки эффективности PR-коммуникаций.		

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ


Общие положения

Самостоятельная работа в рамках курса складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- выполнения практических домашних заданий;
- подготовка к зачету.


Очная форма

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Коммуникационный менеджмент учреждений культуры	Выполнение практических заданий	6	Проверка письменной работы
Тема 2. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	Выполнение практических заданий	6	Проверка письменной работы
Тема 3. Имидж, престижи технологии их формирования	Выполнение практических заданий,	6	Проверка письменной работы

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО			
Тема 4. Работа с органами государственного и местного управления, общественными объединениями, с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	6	Устный опрос Проверка письменной работы
Тема 5. Работа с внутренней аудиторией организации	Выполнение практических заданий	8	Проверка письменной работы
Тема 6. Оценка эффективности рекламы и PR в сфере культуры	Подготовка к семинарскому занятию Написание аналитической записки	8	Устный опрос Аналитическая записка

Заочная форма

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Коммуникационный менеджмент учреждений культуры	Выполнение практических заданий	10	Проверка письменной работы
Тема 2. Организация и планирование работы со средствами массовой информации	Выполнение практических заданий	10	Проверка письменной работы
Тема 3. Имидж, престижи технологии их формирования	Выполнение практических заданий,	10	Проверка письменной работы
Тема 4. Работа с органами государственного и местного управления, общественными объединениями, с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	10	Устный опрос Проверка письменной работы
Тема 5. Работа с внутренней аудиторией организации	Выполнение практических заданий	10	Проверка письменной работы
Тема 6. Оценка эффективности рекламы и PR в сфере культуры	Подготовка к семинарскому занятию Написание аналитической записки	10	Устный опрос Аналитическая записка

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Тульчинский Г. Л. Маркетинг в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова; Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л. - 5-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Планета музыки, 2021. - 496 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции Планета музыки - Музыка и театр. - ISBN 978-5-8114-7851-4. — URL: <https://e.lanbook.com/book/167253>
2. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум для вузов / С. Г. Коленько. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01521-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469319>

б) дополнительная литература:


1. Лашук, И. В. Поведенческие стратегии потребителей культурной продукции : ценности, интересы, типология / И. В. Лашук [и др.] ; под науч. ред. И. В. Котлярова - Минск : Беларус. наука, 2017. - 299 с. - ISBN 978-985-08-2114-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9789850821140.html>
2. Жуковская, Л. Н. Арт-менеджмент : учеб. пособие / Жуковская Л. Н., Костылев С. В., Лузан В. С. - Красноярск : СФУ, 2016. - 188 с. - ISBN 978-5-7638-3491-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785763834918.html>
3. Тульчинский Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина; Тульчинский Г. Л., Герасимов С. В., Лохина Т. Е. - 6-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Планета музыки, 2021. - 384 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции Планета музыки - Музыка и театр. - ISBN 978-5-8114-7850-7. — URL: <https://e.lanbook.com/book/167252>
4. Ульяновский А. В. Реклама в сфере культуры / А. В. Ульяновский; Ульяновский А. В. - Санкт-Петербург : Планета музыки, 2012. - 520 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции Планета музыки - Музыка и театр. - ISBN 978-5-91938-059-7. https://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_cid=25&pl1_id=3807

Учебно-методическая литература

1. Гончарова Н. В. PR в сфере культуры : учебно-методические указания для направлений бакалавриата «Культурология», «Реклама и связи с общественностью» / Н. В. Гончарова; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 341 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8207>

Согласовано:

Гл. библиотекарь ООП/Шмакова И.А. /  / 2021 г

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2021]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2021]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2021]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.8. Clinical Collection : коллекция для медицинских университетов, клиник, медицинских библиотек // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f917e1%40sessionmgr102>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

1.9. Русский язык как иностранный : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2021]. – URL: <https://ros-edu.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2021].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2021]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2021]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2021]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. SMART Imagebase // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Mega-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Зам. Начальника УИТитТ / Ключкова А.В.




2021г.

Должность сотрудника УИТитТ

Ф.И.О.

подпись

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик



Доцент Гончарова Н.В.