

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудинова Анна Васильевна
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы
Дата подписания: 25.02.2026 12:09:43
Уникальный программный ключ:
1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec87d71fc

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»

Факультет гуманитарного образования
Кафедра истории, культурологии и музееведения

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой истории, культурологии и
музееведения

 А.В. Кудинова

Протокол № 9, 25.02.2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.18 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В МУЗЕЙНЫХ
ИНДУСТРИЯХ И КУЛЬТУРНОМ ТУРИЗМЕ

Направление подготовки – **50.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия**

Профиль подготовки – **Проектирование и реклама в музейных индустриях и культурном туризме**

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Краснодар
2026

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины обязательной части ОПОП «Связи с общественностью в музейных индустриях и культурном туризме», обучающимся по очной и заочной формам обучения по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия, профиль - Проектирование и реклама в музейных индустриях и культурном туризме в 3 семестре.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия. Приказ Минобрнауки России от 06.12.2017 N 1180 (ред. от 08.02.2021)

Рецензенты:

Кандидат исторических наук, директор ГБУККК ККХМ имени Ф.А. Коваленко
И.В. Озерский

Кандидат культурологии, зав. отделом истории, этнографии и природы КГИАМЗ им Е.Д. Фелицына
А.Г. Еременко

Составители: доцент, доктор философских наук, профессор кафедры истории, культурологи и и музееведения Р.С. Лаво

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры истории, культурологии и музееведения 25.02.2026 г., протокол № 9.

Рабочая программа учебной дисциплины «Связи с общественностью в музейных индустриях культурном туризме» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 29.05.2026 г., протокол № 10.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	С.4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	С. 4
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	С. 4-5
4. Структура и содержание дисциплины	С.5-20
4.1. Структура дисциплины:	С. 5
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	С.5-10
5. Образовательные технологии	С. 10-11
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	С.11-28
6.1. Контроль освоения дисциплины	С. 11
6.2. Оценочные средства	С.11 20
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины	С.17-23
7.1. Основная литература	С. 17
7.2. Дополнительная литература	С.17
7.3. Периодические издания	С. 17-18
7.4. Интернет-ресурсы	С. 18
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	С. 18-23
7.6. Программное обеспечение	С. 23
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины	С.23
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины	С. 24

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели: формирование у обучающихся системы базовых знаний и навыков, направленных на глубокое, всестороннее изучение теории и практики, методологии и технологий применения связей с общественностью в сфере музейных индустрий и культурного туризма.

Задачи:

- изучение обучающимися теории и практики связей с общественностью в музейных индустриях культурном туризме;
- овладение обучающимися технологиями социально-коммуникативных взаимодействий;
- освоение обучающимися технологиями социально-коммуникативных взаимодействий с органами государственной власти и государственного управления, местного самоуправления, некоммерческими организациями, представителями бизнес-сообществ, средств массовой информации, сообществами в социальных сетях, зарубежными партнерами

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Связи с общественностью в музейных индустриях культурном туризме» относится к дисциплинам обязательной части ОПОП. Для ее изучения требуются знания дисциплин «Введение в информационные технологии», «Теория и практика рекламных коммуникаций», «Имиджелогия». Успешное усвоение знаний по данной дисциплине необходимо для всестороннего освоения содержания ОПОП по направлению бакалавриата 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия, профиль - Проектирование в музейных индустриях, рекламе и культурном туризме.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций:

а) общепрофессиональных компетенций:

- способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике (ОПК-1);
- способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-2).

Знать: виды и формы деятельности в сфере связей с общественностью в области музейных индустрий и культурного туризма

Уметь: применять на практике информационные технологии в рекламной деятельности

Владеть: опытом информационных технологий в области связей с общественностью в музейных индустриях культурном туризме

Приобрести опыт деятельности: в сфере связей с общественностью

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов)

По очной форме обучения

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 76 зачетных единиц (216 ч.).

По очной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
				Л	ПЗ	К	СРС	Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
1.	Методология связей с общественностью	2	1-8	8	16	3	18	Экзамен
2.	Технологии и организационные формы связей с общественностью в арт-бизнесе	3	9-16	8	16	9	35	Экзамен
ИТОГО				16	32	12	53	108/3

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

По очной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
<u>2</u> семестр			

Раздел 1. Методология связей с общественностью в связях с общественностью и культурном туризме

<p>Тема 1.1. Введение в дисциплину</p>	<p><u>Лекции:</u> Объект, предмет, цели и задачи дисциплины. Сущность и подходы к определению понятия «связи с общественностью». Принципы и основные функции связей с общественностью. Сферы применения технологий по связям с общественностью. Классификация субъектов деятельности по связям с общественностью. Соотношение цели и результата деятельности по связям с общественностью.</p>	2/0,05	<p><i>ОПК-1</i> <i>ОПК-4</i></p>
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u> 1. Объект, предмет, цели и задачи дисциплины. Сущность и подходы к определению понятия «связи с общественностью». 2. Принципы и основные функции связей с общественностью. Сферы применения технологий по связям с общественностью. Классификация субъектов деятельности по связям с общественностью. Соотношение цели и результата деятельности по связям с общественностью.</p>	4/0,1	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарским занятиям. Поиск и подбор примеров, анализ ситуаций. Изучение дополнительной литературы по теме.</p>	5/ 0,13	
<p>Тема 1.2. Общественность и общественное мнение</p>	<p><u>Лекции:</u> Социальные признаки принадлежности к общественности. Понятия широкой и целевой общественности. Структура общественности. Основные подходы к классификации групп общественности. Группы влияния. Категория «общественное мнение» в контексте PR. Концепции рациональности общественного мнения и социального контроля. Явные и латентные функции общественного мнения. Схема работы с группами общественности. Индекс приоритетности групп общественности по Д. Ньюсому.</p>	2/0,05	<p><i>ОПК-1</i> <i>ОПК-4</i></p>
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Основы коммуникаций в СО</u> <u>Вопросы:</u> 1. Социальные признаки принадлежности к общественности. Понятия широкой и целевой общественности. Структура общественности. Основные подходы к классификации групп общественности. 2. Группы влияния. Категория «общественное мнение» в контексте PR. 3. Концепции рациональности общественного мнения и социального контроля. Явные и латентные функции общественного мнения. 4. Схема работы с группами общественности. 5. Индекс приоритетности групп общественности по Д. Ньюсому.</p>	4/0,1	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> Составление опорного конспекта по основным моделям коммуникации.</p>	5/ 0,13	

	Изучение дополнительной литературы по теме.		
Тема 1.3. Исследования как первый этап и важнейшая составляющая СО-деятельности.	<u>Лекции:</u> Социологический анализ: выборка, программные требования, типы и виды выборок, методы сбора информации, социологическое наблюдение, анализ документов, опросы, повторный (мониторинговый, сравнительный) анализ. Медиаметрический анализ. Обработка данных исследования. Информационный аудит и составление медиапортрета. Измерение эффективности СО-деятельности.	2/0,05	ОПК-1 ОПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вербальные коммуникации в СО.</u> <u>Вопросы:</u> 1. Социологический анализ: выборка, программные требования, типы и виды выборок, методы сбора информации, социологическое наблюдение, анализ документов, опросы, повторный (мониторинговый, сравнительный) анализ. 2. Медиаметрический анализ. Обработка данных исследования. 3. Информационный аудит и составление медиапортрета. 4. Измерение эффективности СО-деятельности.	4/0,1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Разработка анкеты для проведения социологического опроса по изучению общественного мнения. Составление концепции исследования.	5/0,13	
Тема 1.4. Основы коммуникаций в СО.	<u>Лекции:</u> Коммуникативная модель PR-технологий. Коммуникация и распространение информации в обществе. Элементарные операции PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения. Вербальные коммуникации в СО. Диалогические формы общения в системе связей с общественностью. Невербальные коммуникации в СО. Понятие о невербальных коммуникациях. Коммуникативно-дистанционные зоны, жесты, мимика, невербальные знаки. Значение невербальных коммуникаций.	2/0,05	ОПК-1 ОПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Невербальные коммуникации в СО</u> <u>Вопросы:</u> 1. Коммуникативная модель PR-технологий. Коммуникация и распространение информации в обществе. 2. Элементарные операции PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения. 3. Вербальные коммуникации в СО. Диалогические формы общения в системе связей с общественностью. 4. Невербальные коммуникации в СО. Понятие о невербальных коммуникациях. Коммуникативно-дистанционные зоны, жесты, мимика, невербальные знаки. Значение невербальных коммуникаций.	4/0,1	

	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка презентации по темам: СО в сфере музейных индустрий; СО в сфере культурного туризма.	5/0,13	
Раздел 2 Технологии и организационные формы связей с общественностью			
Тема 2.1. Управление информацией как технология в СО	<u>Лекции:</u> Управление средствами массовой информации и информацией. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ. Этапы, логика механизмы управления информацией. Формирование собственного информационного потока. Сегментирование информационного потока, манипулирование информацией. Приоритетная поставка информации, информационное партнерство. Оптимизация формы и стиля подачи материалов. Приемы создания и усиления новостей. Основной и дополнительный «вес» новости. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства: взгляде, позиции журналиста.	2/0,05	ОПК-1 ОПК-4
	<u>Практические занятия (семинары)</u> <u>Отношения со средствами массовой информации (СМИ)</u> <u>Вопросы:</u> 1. Управление средствами массовой информации и информацией. 2. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ. Этапы, логика механизмы управления информацией. Формирование собственного информационного потока. 3. Сегментирование информационного потока, манипулирование информацией. Приоритетная поставка информации, информационное партнерство. Оптимизация формы и стиля подачи материалов. 4. Приемы создания и усиления новостей. Основной и дополнительный «вес» новости. В 5. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства: взгляде, позиции журналиста.	6/0,16	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Написание эссе на тему: PR для шоу-бизнеса.	5/0,13	
Тема 2.2. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	<u>Лекции:</u> Менеджмент новостей. Профессия «спин-доктор». Механизмы управления новостной информацией. Приемы конструирования новостной информации. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала. Слухи, их особенности и факторы распространения.	2/0,05	ОПК-1 ОПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u>	4/0,1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка рефератов на тему «СО в музейных индустриях». «СО ;культурном туризме».	5/0,13	

<p>Тема 2.3. Базовые документы в СО</p>	<p><u>Лекции:</u> Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования; оперативные рабочие информационные документы. Имиджевые корпоративные документы. Документы в интернете. Служебные PR-документы. Виды рабочих мероприятий.</p>	<p>2/0,05</p>	<p><i>ОПК-1</i> <i>ОПК-4</i></p>
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> Лекции: Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования; оперативные рабочие информационные документы: пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный, итоговый, корпоративный), информационная справка (бэкграунд), пресс-кит, заявление для печати, интервью для печати (очное, заочное, комбинированное, виртуальное), информационный бюллетень (newsletter), квартальный информационно-аналитический отчет, заявка клиента на PR-услуги (PR-brief), биографическая справка, пресс-досье, аналитическая справка, статья опровержение, «красная папка кризисного реагирования («redfolder»)), приглашение на PR-мероприятие, анкета-опросный лист, распечатка баз данных целевых СМИ и аудиторий, сценарий PR-мероприятия, анкеты и опросные листы, фотоподборки и фоторепортажи. Имиджевые корпоративные документы: презентационный буклет, корпоративная (фирменная) многотиражная газета, буклет «профиль фирмы», годовой отчет, письмо к акционерам, история (летопись) фирмы, биография высшего руководства, слайдовый, видеофильм или компьютерная презентация, портфолио. Интерактивные электронные имиджевые документы в интернете. Служебные PR-документы: PR-brief, распределение обязанностей между клиентом и агентством, постатейная разбивка бюджета. Виды рабочих мероприятий.</p>	<p>4/0,1</p>	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> написание пресс-релиза, Подготовка к конкурсу PR-проектов.</p>	<p>5/0,13</p>	
<p>Тема 2.4. Технологии СО в привлечении инвестиций</p>	<p><u>Лекции:</u> Актуальность привлечения инвестиций. Понятие спонсоринга, фандрайзинга. Благотворительность – как возможный вид PR-деятельности. Особенности благотворительности в государственных и негосударственных учреждениях. Попечительство. Источники финансирования в фандрайзинге. Целевые мероприятия по привлечению средств. Гранты. Организации выдающие гранты. Этапы фандрайзинга. Особенности ведения переговоров при привлечении инвестиций.</p>	<p>2/0,05</p>	<p><i>ОПК-1</i> <i>ОПК-4</i></p>

	<u>Практические занятия (семинары)</u> <u>Вопросы:</u> 1.Актуальность привлечения инвестиций. Понятие спонсоринга, фандрайзинга. 2.Благотворительность – как возможный вид PR-деятельности. Особенности благотворительности в государственных и негосударственных учреждениях. Попечительство. 3.Источники финансирования в фандрайзинге. Целевые мероприятия по привлечению средств. 4.Гранты. Организации выдающие гранты. 5. Этапы фандрайзинга. Особенности ведения переговоров при привлечении инвестиций.	4/0,1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Разработка PR-проекта для организации социально-культурной сферы.	7/0,19	
Примерная тематика курсовой работы – не предусмотрено			
Вид итогового контроля		<i>Зачет с оценкой</i>	
ВСЕГО:		108/3	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

–лекционные занятия: проблемные и интерактивные лекции, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция - анализ ситуаций;

–практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, «круглые столы», формы «коллективной мыслительной деятельности» и анализа проблемных вопросов;

–самостоятельная работа: обязательная самостоятельная работа студента по заданию преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время, индивидуальная самостоятельная работа студента под руководством преподавателя;

–просмотр документальных и художественных фильмов с последующим обсуждением и анализом.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определен главной целью программы, особенностью контингента обучающихся, содержанием дисциплины и в целом в учебном процессе они составляют 24% от всего объема аудиторных занятий, что соответствует проекту ФГОС ВО по направлению подготовки.

6 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- Устный опрос
- Эссе
- Презентации в Power Point

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- Устные ответы на коллоквиумах
- Тестирование.

Промежуточный контроль по результатам семестров по дисциплине проходит в форме экзаменов 1 семестре, в форме экзамена во 2 семестре.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Примеры тестовых заданий (ситуаций)

1. Выделите из списка те направления, которые входят в сферу профессиональной деятельности PR-специалиста:
 - а) идеологическая работа;
 - б) общественное мнение;
 - в) общественное питание.
2. Выделите из списка те направления, которые не входят в сферу профессиональной деятельности PR-специалиста:
 - а) правительственные связи;
 - б) международные связи;
 - в) правотворчество и законодательная инициатива
3. Укажите, чем PR-специалисты действительно занимаются на работе:
 - а) написание и редактирование;
 - б) сбор компромата на конкурентов;
 - в) размещение рекламы.
4. Укажите, чем PR-специалисты действительно занимаются на работе:
 - а) консультирование руководства компании;
 - б) управление и администрирование;
 - в) выезды на чрезвычайные происшествия.

5. Среди функций специалиста по связям с общественностью принято выделять группы:
 - а) работы с покупателями;
 - б) сбора и анализа информации;
 - в) лоббирования.
6. Среди функций специалиста по связям с общественностью принято выделять: а) работа с поставщиками; б) распространение информации; в) контроль выполнения решений
7. Выделите из указанного перечня функции специалиста по связям с общественностью, относящиеся к процессу деятельности в сфере PR: а) исследовательские; б) социальные; в) экономические; г) политические; д) культурные
8. Выделите из указанного перечня функции специалиста по связям с общественностью, относящиеся к процессу деятельности в сфере PR: а) социальные; б) культурные; в) организаторские; г) экономические; д) политические
9. Выделите из указанного перечня функции специалиста по связям с общественностью, относящиеся к процессу деятельности в сфере PR: а) социальные; б) экономические; в) политические; г) культурные д) планирующие
10. Выделите из указанного перечня функции специалиста по связям с общественностью, относящиеся к процессу деятельности в сфере PR: а) политические; б) культурные ; в) социальные; г) экономические; д) экспертные
11. Какие функции не входят в перечень функций специалиста по связям с общественностью: а) исследовательские; б) социальные; в) юридические; г) экономические; д) планирующие; е) экспертные; ж) политические; з) культурные
12. Выделите функции специалиста по связям с общественностью по месту в системе общественных отношений: а) исследовательские; б) социальные; в) организаторские; г) экономические; д) планирующие; е) экспертные; ж) политические; з) культурные
13. Объектами PR-деятельности являются: а) средства массовой информации; б) все граждане страны; в) общественное мнение; г) государственная власть
14. В функции PR входит: а) контроль общественного мнения; б) формирование правосознания граждан страны; в) цензура средств массовой информации; д) верны все ответы
15. В функции PR входит: а) формирование правосознания граждан страны; в) контроль средств массовой информации; г) обучение персонала организации; д) верны все ответы
16. В функции PR входит: а) контроль общественного сознания; б) формирование правосознания граждан страны; в) менеджмент организации; д) верны все ответы;

17. К средствам PR относятся: а) средства массовой информации; б) PR службы предприятия; в) совокупность информационных технологий.
18. Результат PR как деятельности называют обычно: а) капитал; б) символический капитал; в) паблицитный капитал; г) виртуальный капитал
19. Паблик рилейшнз и пропаганда отличаются друг от друга: а) шириной охвата аудитории; б) информационными средствами; в) целями и функциями; г) степенью правдивости информации
20. Паблик рилейшнз и маркетинг имеют различия по: а) целевым аудиториям; б) целям и задачам; в) характеру коммуникативной деятельности; г) все ответы верны
21. Общество, вовлеченную в PR-деятельность, называют: а) широкой общественностью; б) целевой общественностью; в) специализированной общественностью.
22. Группы общественности могут быть: а) целевые и приоритетные; б) формализованные и неформальные; в) по интересам
23. Группы общественности могут быть: а) профессиональные; б) активные и пассивные; в) детские и взрослые
24. Группы общественности бывают: а) формализованные и неформальные; б) профессиональные; в) отрицательные и положительные
25. Социальные группы являются: а) субъектом общественного мнения, б) объектом общественного мнения; в) предметом общественного мнения.
26. Одним из наиболее распространенных типов PR-исследований является: а) контент-анализ; б) социологическое исследование в) эконометрическое моделирование.

6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Приведите и проанализируйте известные вам определения СО. Какое из них вам кажется наиболее верным и почему.
2. Охарактеризуйте основные функции СО в области маркетинга, менеджмента, государственной службы.
3. Раскройте значение СО в социально-экономической, политической и духовной жизни современной России.
4. Назовите и прокомментируйте основные принципы связей с общественностью.
5. Известны ли Вам примеры успешного применения методов и приемов СО в отечественных государственных или коммерческих структурах? Опишите и прокомментируйте их.

6. Прокомментируйте с точки зрения СО действия отдельных кандидатов в депутаты, политических сил и политических лидеров в период избирательной кампании.
7. Назовите и прокомментируйте принципы СО, выработанные в США в XVIII - XIX вв.
8. На каком основании США считается родиной СО? Дайте свое толкование этому утверждению, используя примеры из современной политики, экономики и предпринимательства.
9. Дайте характеристику различных этапов СО в политике, социально-экономической сфере в СССР и России с послевоенного времени и до наших дней.
10. Расскажите о первых российских СО-фирмах и первых профессионалах в области СО в России..
11. Как развивается СО-деятельность в вашем городе.
12. Дайте определение понятию «коммуникация».
13. Перечислите основные цели публичных выступлений.
14. В чем практическое значение невербальных коммуникаций?
15. Как можно классифицировать прессу?
16. Что такое новость? Приведите пример.
17. Какие функции выполняет СО-специалист?
18. Назовите различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря.
19. Что такое «кейс-история», «пресс-релиз», «обзорная статья», «интервью», «брифинг», «бэкграундер», «видеоньюз-релиз», «видеопресс-релиз», «дайджест», «медиа-кит» (пресс-кит), «ньюзмейкер», «пресс-тур», «факт-лист»?
20. Кого из известных людей лучше всего привлечь к мероприятию?
21. Какие государственные и деловые структуры могут участвовать в презентации?
22. Какие материалы предназначены для непосредственной публикации в СМИ?
23. Как избежать острых конфликтов в ходе обмена информацией?
24. Какие этапы должны пройти в процессе подготовки и проведения пресс-конференции?
25. Какие мероприятия проводятся в рамках пресс-тура?

6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Поле деятельности специалиста по PR в современной России.
2. Основные сферы применения PR.
3. Исторические формы коммуникации.
4. Функции PR.
5. Теория коммуникаций о распространении информации в человеческой среде.

6. Коммуникативная модель PR-технологий.
7. Использование элементарных операций в PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения.
8. Подготовка и произнесение речи.
9. Подготовка и выступления на радио и телевидении.
10. Пресс-конференция. Технология подготовки и проведения.
11. Пресс-релиз. Правила написания и распространения.
12. Особенности основных форм подачи новостных материалов.
13. Особенности профессии «спин-доктор».
14. Способы создания и усиления новости.
15. Слухи, особенности их распространения и борьба с ними.
16. Анализ исторически состоявшегося событийного ряда.
17. Создание событийно-новостного ряда.
18. Корпоративная философия и история фирмы.
19. Корпоративная идеология.
20. Конструирование персонального имиджа.
21. Кризисы в современном обществе и способы борьбы с ними.
22. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.
23. Управление информацией в кризисных условиях.
24. Служба PR в организации: функции, структура, направления деятельности.
25. PR-кампания и ее составляющие.
26. Программный подход к PR-деятельности.
27. Различные способы оценки PR-деятельности.
28. Сертификация PR-деятельности.
29. Рефлексия в деятельности модератора.
30. Медиация при решении управленческих проблем.
31. Использование психографической сегментации в PR.
32. Миф — средство объяснения настоящего.
33. Современные подходы к изучению мифа. Мифо-дизайн.
34. Типология мифа: элементы мифологического сюжетосложения.
35. Роль мифов в массовой культуре.
36. Возникновение и развитие мифодизайна.
37. Коммуникативно-предметное поле как инструмент мифодизайна, используемый в PR.
38. Особенности PR-деятельности в области шоу-бизнеса.

6.2.4. Вопросы к экзамену во3 семестре

1. Сущность и подходы к определению понятия «связи с общественностью».
2. Принципы и основные функции связей с общественностью.
3. Сферы применения технологий по связям с общественностью.

4. Классификация субъектов деятельности по связям с общественностью.
5. Соотношение цели и результата деятельности по связям с общественностью.
6. История развития связей с общественностью как социального феномена.
7. Значение и формы связей с общественностью в разные исторические эпохи.
8. Этапы институционализации связей с общественностью.
9. Роль и место связей с общественностью в современном обществе.
10. Социальные признаки принадлежности к общественности.
11. Понятия широкой и целевой общественности.
12. Структура общественности.
13. Основные подходы к классификации групп общественности. Группы влияния.
14. Категория «общественное мнение» в контексте PR.
15. Концепции рациональности общественного мнения и социального контроля.
16. Явные и латентные функции общественного мнения
17. Исследования: виды и роль в СО.
18. Информационный аудит и составление медиапортрета.
19. Измерение эффективности СО-деятельности.
20. Коммуникативная модель PR-технологий.
21. Коммуникация и распространение информации в обществе.
22. Элементарные операции PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения.
23. Вербальные коммуникации в СО.
24. Диалогические формы общения в системе связей с общественностью.
25. Невербальные коммуникации в СО.
26. Маркетинговый подход в PR: сегментирование и позиционирование.
27. Брендинг и PR: от торгового знака к зонтичному бренду.
28. Миф как феномен культуры и инструмент СО.
29. Управление средствами массовой информации и информацией.
30. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ.
31. Этапы, логика, механизмы управления информацией.
32. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации.
33. Слухи, их особенности и факторы распространения.
34. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования.
35. Имиджевые корпоративные документы.
36. Интерактивные электронные имиджевые документы в интернете.
37. Служебные PR-документы.

38. Виды рабочих мероприятий.
39. Понятие спонсоринга, фандрайзинга. Целевые мероприятия по привлечению средств.
40. Пресс-клиппинг как PR - технология.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

1. Мандель, Б.Р. М 231 PR: методы работы со средствами массовой информации [Текст] : учеб. пособие / Б. Р. Мандель. - М. : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2014. - 204 с.
2. Тульчинский, Г.Л. Т 828 PR в сфере культуры и образования [Текст] : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский. - СПб. : Лань; Планета музыки, 2011. - 571 с. : ил.
3. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — Москва : Академический Проект, 2020 — 304 с.
URL: <https://e.lanbook.com/book/132505>/Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2. Дополнительная литература

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Текст] : учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; [гриф УМО]. - М. : Дашков и К`, 2012. - 324 с. - ISBN 978-5-394-00792-7
2. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования [Текст] : учеб. пособие / Н. Г. Иншакова. - М. : Аспект-Пресс, 2014. - 256 с. - ISBN 978-5-7567-0732-8 (Изд-во "Аспект-Пресс") :

7.3. Периодические издания

1. Информационное общество
2. Информационные ресурсы России
3. Культура: управление, экономика, право
4. Советник

7.4. Интернет-ресурсы

1. URL: <http://www.sostav.ru>
2. URL: <http://www.advertologi.ru>
3. URL: <http://www.mediamarket.ru>
4. URL: <http://www.createbrand.ru>
5. URL: <http://www.AdMe.ru>

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов
В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

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

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.

- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, выполнение расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, опытно-экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

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

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

Виды внеаудиторной СРС: подготовка и написание рефератов, эссе, создание презентаций и других письменных работ на заданные темы, выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это - решение задач; перевод и пересказ текстов; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение

графических работ; проведение расчетов и др.; выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у студентов самостоятельности и инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый студент, так и часть студентов группы; подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др.

Аудиторная самостоятельная работа может реализовываться при проведении практических занятий, семинаров, выполнении лабораторного практикума и во время чтения лекций.

Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. Существуют следующие виды контроля:

- входной контроль знаний и умений студентов при начале изучения очередной дисциплины;
- текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических и лабораторных занятиях;
- промежуточный контроль по окончании изучения раздела или модуля курса;
- самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к контрольным мероприятиям;
- итоговый контроль по дисциплине в виде зачета или экзамена;
- контроль остаточных знаний и умений спустя определенное время после завершения изучения дисциплины.

Методические указания к выполнению реферативной работы

Реферат - краткое письменное изложение материала по определенной теме, выполняется с целью привития студентам навыков самостоятельного поиска и анализа информации, формирования умения подбора и изучения литературных источников, используя при этом дополнительную научную, методическую и периодическую литературу.

Реферат - это самостоятельная учебно-исследовательская работа учащегося, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.

Этапы работы над рефератом

1. Формулирование темы. Тема должна быть не только актуальной по своему значению, но оригинальной, интересной по содержанию.

Тема реферата выбирается по желанию студента из списка, предлагаемого преподавателем. Выбранная тема согласовывается с преподавателем. После выбора темы требуется подобрать, изучить необходимую для ее разработки информацию. Тема может быть сформулирована студентом самостоятельно.

2. Подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 8-10).

3. Составление библиографии.

4. Обработка и систематизация информации.

5. Разработка плана реферата.

6. Написание реферата.

7. Публичное выступление с результатами исследования.

На семинарском занятии, заседании предметного кружка, студенческой научно-практической конференции.)

Содержание работы должно отражать знание современного состояния проблемы, обоснование выбранной темы, использование известных результатов и фактов, полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой; актуальность поставленной проблемы; материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.

План реферата должен включать в себя: введение, основной текст и заключение.

Во введении аргументируется актуальность выбранной темы, указываются цели и задачи исследования. В нем же можно отразить методику исследования и структуру работы.

Основная часть работы предполагает освещение материала в соответствии с планом. Основной текст желательно разбивать на главы и параграфы.

В заключении излагаются основные выводы и рекомендации по теме исследования.

Критерии оценки реферата:

- знание и понимание проблемы;
- умение систематизировать и анализировать материал, четко и обоснованно формулировать выводы;
- «трудозатратность» (объем изученной литературы, добросовестное отношение к анализу проблемы);
- самостоятельность, способность к определению собственной позиции по проблеме и к практической адаптации материала, недопустимость прямого плагиата;
- выполнение необходимых формальностей (точность в цитировании и указании источника текстового фрагмента, аккуратность оформления).

Рекомендации к подготовке мультимедиа-презентаций и докладов

1. Доклад - это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

2. Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме занятия.

3. Материалы при его подготовке должны соответствовать научно-методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе.

4. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.

5. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.

6. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить обсуждение.

7. Студент в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.

8. Студент в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.

9. Студент обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное время преподавателем и в установленный срок.

Докладчики и содокладчики - основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. В докладе необходимо: сообщать новую информацию, использовать технические средства, знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара), уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы, четко выполнять установленный регламент, иметь представление о композиционной структуре доклада.

Выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение. Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название презентации (доклада), сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов, акцентирование оригинальности подхода

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов.

Заключение- это ясное четкое обобщение и краткие выводы.

Методические указания для подготовки к семинарским занятиям

Семинарские занятия проводятся в форме дискуссии, на которых проходит обсуждение конкретных экономических ситуаций. Обсуждения направлены на освоение научных основ, эффективных методов и приемов решения конкретных практических задач, на развитие способностей к творческому использованию получаемых знаний и навыков.

При подготовке доклада на семинарское занятие желательно заранее обсудить с преподавателем перечень используемой литературы, за день до семинарского занятия предупредить о необходимых для предоставления материала технических средствах, напечатанный текст доклада предоставить преподавателю.

Основная цель проведения семинара заключается в закреплении знаний полученных в ходе прослушивания лекционного материала.

Семинар проводится в форме устного опроса студентов по вопросам семинарских занятий, а также в виде решения практических задач или моделирования практической ситуации.

В ходе подготовки к семинару студенту следует просмотреть материалы лекции, а затем начать изучение учебной литературы. Следует знать, что освещение того или иного вопроса в литературе часто является личным мнением автора, построенного на анализе различных источников, поэтому следует не ограничиваться одним учебником или монографией, а рассмотреть как можно больше материала по интересующей теме.

Обязательным условием подготовки к семинару является изучение нормативной базы. Для этого следует обратиться к любой правовой системе сети Интернет. В данном вопросе не следует полагаться на книги, так как законодательство претерпевает постоянные изменения и в учебниках и учебных пособиях могут находиться устаревшие данные.

В ходе самостоятельной работы студенту для необходимы отслеживать научные статьи в специализированных изданиях, а также изучать статистические материалы, соответствующей каждой теме.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Проработать конспект лекций;
2. Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;
3. Ответить на вопросы плана семинарского занятия;
4. Выполнить домашнее задание;
5. Проработать тестовые задания и задачи;
6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

При подготовке к семинарским занятиям следует руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать основную литературу из представленного им списка. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

7.6 Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы –AstraLinux; пакет прикладных программ OpenOffice/

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)**

на 20__-20__ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____;
- _____;
- _____;
- _____;
- _____;
- _____;

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____

(наименование)

Протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____/_____/_____/_____
(должность) (подпись)
(Ф.И.О.) (дата)

_____/_____/_____/_____
(должность) (подпись)
(Ф.И.О.) (дата)

Заведующий кафедрой

_____/_____/_____/_____
(наименование кафедры) (подпись)
(Ф.И.О.) (дата)